

**PAKAIAN DI PASAR BRUNOREJO DALAM MENENTUKAN HARGA DITINJAU  
DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM.  
(STUDI KASUS DI PASAR BRUNOREJO BRUNO PURWOREJO)**

Oleh:

Achmad Abdul Fatah <sup>1</sup>

Dr. Dra. Rahmani Timorita Y, M.Ag. <sup>2</sup>

**ABSTRAK**

*Bisnis harus dilakukan dengan cara yang terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, rekayasa harga maupun penimbunan barang. Namun pada era milenial seperti ini seakan-akan nilai yang beretika telah luntur. Kecenderungan masyarakat untuk berlaku bebas seakan mewabah disetiap lini kehidupan. Seperti yang terjadi di pasar tradisional Brunorejo, Bruno, Purworejo. Menurut peneliti perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam, karena dalam menetapkan harga tidak berdasarkan aturan. Dalam hal ini pedagang dalam menawarkan dagangannya bisa mencapai tiga kali lipat harga aslinya adapun dalam menarik minat pembeli, pedagang mempunyai tata cara tersendiri yaitu dengan menggunakan logat bahasa jawa yang halus dan humoris. Sesuai dengan etika bisnis dalam Islam seharusnya pedagang harus mengutamakan kejujuran dan tanggungjawab agar tujuannya terpenuhi.*

*Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang bertujuan menggambarkan secara sistematis keakuratan fakta serta relevan untuk memahami fenomena sosial, jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan. Dalam pengumpulan datanya peneliti menggunakan teknik wawancara dan observasi. Untuk menguji kabsahan data penguji menggunakan teknik credibility, transferability, dependability, dan confirmability. Serta melakukan proses triangulasi. Sehingga akan lebih mudah dalam menganalisa serta mendapatkan kesimpulan yang sesuai dengan ketentuannya.*

*Sehingga mendapatkan kesimpulan bahwa pedagang selalu memperhatikan sikap yang baik kepada semua konsumen. Seperti sikap jujur, transparan, dan ramah tamah. Adapun penetapan harga produk sudah sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam. Serta etika yang dipakai ketika melakukan jual beli tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan.*

Kata Kunci: *Pedagang Pakaian, Penentuan Harga, Pasar Tradisional, Etika Bisnis Islam.*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Magister Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing Tesis Mahasiswa Magister Studi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

## A. Pendahuluan

### 1. Latar Belakang Masalah

Salah satu segmen pasar tradisional yang menarik untuk dibicarakan adalah pasar tradisional Brunorejo yang berada di Kecamatan Bruno, Kabupaten Purworejo. Penulis memilih Pasar Brunorejo sebagai objek penelitian alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Menurut pengamatan sementara yang dilakukan penulis kepada pedagang Pasar Brunorejo bahwa para pedagang dalam menetapkan harga tidak berdasarkan aturan.<sup>3</sup>

Pasar Brunorejo adalah sebuah pasar tradisional yang terletak di jalan Purworejo-Wonosobo. Lebih tepatnya berada di Desa Brunorejo Kecamatan Bruno Kabupaten Purworejo. Pasar ini merupakan sentral perekonomian yang terdapat di Kecamatan Bruno. Di Pasar tersebut terdapat berbagai macam penjual, mulai dari bahan bangunan, elektronik, perlengkapan rumah tangga, dan kebutuhan pokok dalam keseharian. Salah satu kebutuhan pokok dalam penjualan yang menguntungkan adalah pakaian.

Penjualan pakaian di Pasar Brunorejo merupakan salah satu bisnis yang menguntungkan. Di sana terdapat 27 kios yang menjual pakaian. Namun dari jumlah tersebut yang besar ada 6. Adapun yang menjadi pembeli adalah masyarakat yang berada di wilayah kecamatan tersebut.

Dalam proses jual-beli tersebut penjual dan pembeli bisa tawar menawar terhadap barang yang diinginkan. Harga yang ditawarkan oleh penjual tidak bersifat tetap sebagaimana yang terjadi di toko atau swalayan yang berada dipertokoan. Oleh karena itu, keahlian penjual dalam melakukan tawar-menawar sangat menentukan keuntungan yang diperoleh.

Maka tidak heran apabila keuntungan yang diperoleh bisa mencapai 70 % dari harga pembelian. Hal tersebut karena harga yang ditawarkan oleh pembeli biasanya sampai 3 (tiga) kali lipat dari harga pembelian.<sup>4</sup>

Praktek yang dilakukan para penjual dalam menawarkan dagangannya sangat variatif dengan tujuan mengambil keuntungan yang sebanyak-banyaknya, sehingga dalam menawarkan pertama kepada pembeli penjual melipatgandakan sampai tiga kali lipat dari harga pembelian. Setelah terjadi penawaran pertama maka pembeli akan meminta penjual untuk menurunkan harga setengahnya. Kemudian terjadilah tawar-menawar barang dagangan antara penjual dan pembeli sampai terjadi kesepakatan antar keduanya terhadap barang dagangan tersebut. Setelah terjadi transaksi penjual biasanya penjual mendapatkan untung 50-70 % dari modal awal. Salah satu cara untuk memikat pembeli biasanya pedagang menggunakan dialog bahasa jawa halus. Karena dengan menggunakan dialeg bahasa tersebut yang diselingi dengan nilai-nilai humoris maka pembeli pun akan tertarik dengan keramahan penjual. Ham itulah yang dimanfaatkan penjual untuk mengambil keuntungan yang lebih atas barang dagangannya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji tentang penjualan pakaian yang terjadi di Pasar Bruno, terutama yang berkaitan dengan etika para pedagang pakaian dalam menentukan harganya serta peran pemerintah atau pengelola pasar dalam menstabilkan harga. Usaha penjualan pakaian dengan model tersebut memang sudah jarang terjadi di masyarakat perkotaan, namun dipedesaan masih menjamur dan berlangsung hingga sekarang. Disisi lain secara akademis

<sup>3</sup> Hasil observasi kegiatan pedagang di Pasar Brunorejo Purworejo, Pada tanggal 03 Juli 2018.

<sup>4</sup> Wawancara dengan Informan F Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 23 Januari 2018.

belum banyak penelitian tesis yang mengkaji secara mendetail tentang perilaku pedagang dalam mencari keuntungan, terutama yang berkaitan dengan penjualan pakaian. Hal inilah yang mendorong penulis untuk meneliti lebih detail tentang praktik penjualan pakaian yang terjadi di Pasar Brunorejo dengan judul “Perilaku Pedagang Pakaian Di Pasar Brunorejo Dalam Menentukan Harga Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”.

## 2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana metode yang digunakan penjual pakaian di Pasar Brunorejo, Kabupaten Purworejo dalam menentukan harga ?
- b. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi dalam menentukan harga tersebut ?
- c. Bagaimana perilaku pedagang pakaian dalam menentukan harga ditinjau dari etika bisnis Islam

## B. Kerangka Teori dan Metode Penelitian

### 1. Kerangka Teori

#### a. Mekanisme Pasar

##### 1) Fungsi Pasar

Fungsi Pasar Secara umum pasar mempunyai tiga fungsi yaitu:

Pasar berfungsi untuk pembentukan harga (nilai) karena pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang kemudian saling menawar dan akhirnya membuat kesepakatan suatu harga. Harga atau nilai ini merupakan suatu hasil dari proses jual beli yang dilakukan di pasar.

Pendistribusi Pasar mempermudah produsen untuk mendistribusikan barang dengan para konsumen secara langsung. Pendistribusian barang dari produsen ke konsumen akan berjalan lancar apabila pasar

berfungsi dengan sesuai Pasar merupakan tempat yang paling cocok bagi produsen untuk memperkenalkan (mempromosikan) produk-produknya kepada konsumen. Karena pasar akan selalu dikunjungi oleh banyak orang, meskipun tidak diundang.<sup>5</sup>

#### 2) Macam-Macam Pasar

Berdasarkan cara melakukan transaksi pasar dibagi menjadi dua, yaitu:

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga.<sup>6</sup>

#### 3) Perilaku Pedagang

Dalam Pasar Perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu

<sup>5</sup> M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Penerbit PT Gramedia, 2000), hal. 10.

<sup>6</sup> *Ibid.*, hal. 11.

dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.<sup>7</sup>

Adapun pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjalan, usaha kerajinan, atau usaha pertukaran kecil, pedagang juga bisa di artikan orang yang dengan moral relatif bervariasi yang berusaha di bidang produksi dan penjualan barang atau jasa-jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok masyarakat.<sup>8</sup>

Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan, pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku seorang pedagang tidak hanya semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga dipengaruhi oleh sistem nilai yang diyakininya. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum

atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.<sup>9</sup>

## b. Penetapan Harga Dalam Islam

### 1) Konsep Penetapan Harga

Islam sangat menjunjung tinggi keadilan (al-'adl/ justice), termasuk juga dalam penentuan harga. Terdapat beberapa terminologi dalam bahasa arab yang maknanya menuju kepada harga yang adil ini. Antara lain: *si'r al-mitsl*, *tsaman al mitsl* dan *qimah al-'adl*. Istilah *qimah al-'adl* (harga yang adil) pernah digunakan dalam Rasulullah SAW, dalam mengomentari kompensasi bagian bagi pembebasan budak, dimana budak ini akan menjadi manusia merdeka dan majikannya tetap memperoleh kompensasi dengan harga yang adil (*shahih muslim*).

Penggunaan istilah ini juga ditemukan dalam laporan tentang Khalifah Umar bin Khattab dan Ali bin Abi Thalib. Umar bin Khattab menggunakan istilah harga yang adil ini ketika menetapkan nilai baru atas diyat (denda), setelah nilai dirham turun sehingga harga-harga naik.

Istilah *qimah al-'adl* juga banyak digunakan oleh para hakim yang telah mengkodifikasikan hukum islam tentang transaksi bisnis dalam obyek barang cacat yang dijual,

<sup>7</sup> Zakiyah dan Bitang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)*, Jurnal Sociologie, Vol. 1, hal. 331.

<sup>8</sup> Ifani Damayanti, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tinggi Rendahnya Pendapatan Pedagang Kak Lima*, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelah Maret Surakarta, 2011), hal. 56.

<sup>9</sup> Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim* (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten), Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2014, hal. 13.

perebutan kekuasaan, membuang jaminan atas harta milik, dan sebagainya.

Meskipun istilah-istilah diatas telah digunakan sejak masa Rasulullah dan *al-Khulafa' al-Rasyidin*, tetapi sarjana muslim pertama yang memberikan perhatian secara khusus adalah Ibnu Taimiyah. Ibnu Taimiyah sering menggunakan dua terminologi dalam pembahasaan harga ini, yaitu: *'iwad al mits (equivalen compensation/ kompensasi yang setara)*. Dalam alhisbahnya ia mengatakan: "Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksirkan oleh hal-hal yang setara dan itu adalah esensi keadilan (*nafs al-'adl*)".

Dimanapun ia membedakan antara dua jenis harga, yaitu harga yang tidak adil dan terlarang serta harga yang adil dan disukai, dan mempertimbangkan harga yang setara itu sebagian harga yang adil.

Adanya suatu harga yang adil telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang islami. Pada prinsipnya transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebab ia adalah cerminan dari komitmen syari'ah islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain. Harga harus mencerminkan

manfaat bagi pembeli dan penjualnya secara adil, yaitu penjual memperoleh keuntungan yang normal dan pembeli memperoleh manfaat yang setara dengan harga yang dibayarkan.

Konsep harga yang adil yang didasarkan atas konsep *equivalen price* jelas lebih menunjukkan pandangan yang maju dalam teori harga dengan konsep *just price*. Konsep *just price* hanya melihat harga dari sisi produsen sebab mendasari pada biaya produksi saja. Konsep ini jelas memberikan rasa keadilan dalam perspektif yang lebih luas, sebab konsumen juga memiliki penilaian tersendiri atas dasar harga suatu barang. Itulah sebabnya syariah Islam sangat menghargai harga yang terbentuk atas dasar kekuatan permintaan dan penawaran di pasar.

Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan merupakan salah satu prinsip dasar dalam semua transaksi yang islami. Bahkan, keadilan sering kali dipandang sebagai inti sari dari ajaran islam dan dinilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan.<sup>10</sup>

## 2) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga

### a) Permintaan

Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar. Istilah yang digunakan oleh Ibnu

<sup>10</sup> *Ibid.*, hal. 351.

Taimiyah untuk menunjukkan permintaan ini adalah keinginan. Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya merupakan sesuatu kompleks, dikatakan berasal dari Allah.<sup>11</sup>

b) Penawaran

Dalam khazanah pemikiran ekonomi islam klasik, pasokan (penawaran) telah dikenal sebagai kekuatan penting didalam pasar. Ibnu Taimiyah, misalnya mengistilahkan penawaran ini sebagai ketersediaan barang di pasar. Dalam pandangannya, penawaran dapat berasal dari impor dan produksi lokal, sehingga kegiatan ini dilakukan oleh produsen atau penjual.<sup>12</sup>

3) Peran Pemerintah dalam penetapan harga

Dalam Sistem Administrasi Negara Kesatuan Republik Indonesia dikatakan bahwa dalam penataan dan pembentukan Dinas Pasar, perlu dipertimbangkan beberapa hal sebagai berikut:

- a) Dinas sebagai institut birokrasi adalah penyedia barang dan jasa di daerah. Dalam hal ini dinas melaksanakan tugas pelayanan umum kepada masyarakat sebagai fasilitas penyedia barang/ jasa kebutuhan masyarakat.
- b) Dinas tidak berorientasi pada keuntungan semata, karena sebagai pelayan masyarakat, institusi ini berperan sebagai fasilitator dan bukan sebagai instansi penambang keuntungan dari layanan yang

diberikan kepada masyarakat.

- c) Dinas dalam menjalankan pelayanan harus memiliki kejelasan siapa yang dilayani yaitu masyarakat sebagai pengguna dan konsumen.
- d) Dari aspek hukum, dinas memiliki kekuatan hukum secara menyeluruh diwilayahnya, karena dinas adalah instansi pemerintah yang bertugas untuk melaksanakan tugas pokoknya yang sah secara hukum yang mengatur kepentingan masyarakatdidaerahnya.
- e) Dinas memiliki pelaksanaan kewenangan yang harus cocok dengan karakteristik daerah. misalnya : bila daerahnya merupakan pantai, maka dapat dibentuk dinas yang melaksanakan kewenangan dalam pengelolaan pantai.
- f) Dinas tidak menjalankan fungsi pengawasan yang berlebihan, dalam hal eksplorasi sumber-sumber daya serta jenis layanan yang diberikan kepada masyarakat.
- g) Dinas berperan sebagai pengendali untuk memecahkan masalah didaerahnya. Pengendali yang dimaksud bukan sebagai pelaksana langsung dilapangan akan tetapi hanya untuk mengarahkan kebijakan agar sesuai dengan ketentuan yangberlaku.
- h) Dinas mempunyai fungsi pengaturan yang lebih berat dibandingkan perangkat daerah lainnya, karena menyangkut berbagai aspek kehidupandan kebutuhan masyarakat yang sangat kompleks dan bervariasi dalam hal layanan yang

<sup>11</sup> *Ibid.*, hal. 312.

<sup>12</sup> Pusat Pengkajian dan pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII., *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 318.

diberikan.<sup>13</sup>

c. Etika Bisnis Dalam Islam

1) Fungsi Etika Bisnis

Sebagaimana di ungkapkan oleh Sahata, bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut:

- a) Membangun kode etik yang Islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari resiko.
- b) Kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggungjawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggungjawab di hadapan Allah SWT.
- c) Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
- d) Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja.
- e) Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara mereka semua.<sup>14</sup>

Secara konkrit dapat diilustrasikan, jika seorang pelaku

bisnis peduli pada etika, maka bisa diprediksi ia akan bersifat jujur, amanah, adil, dan selalu melihat kepentingan orang lain. Sebaliknya, bagi mereka yang tidak mempunyai kesadaran akan etika, dimanapun, kapanpun, mereka akan selalu memiliki sikap kontra produktif dengan sikap mereka yang peduli terhadap etika.

2) Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

Menurut Imaddudin ada lima prinsip dasar dalam etika bisnis Islam, yaitu :

a) Kesatuan

Dalam hlm ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.<sup>15</sup>

b) Keseimbangan

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rosululloh diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat kecurangan, yaitu

<sup>13</sup>Lembaga Administrasi Negara, *Penyusunan Standar Pelayanan Publik*, (Jakarta: LAN RI, 2003), hal. 115.

<sup>14</sup> Faishal Badroen, dkk., *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 27.

<sup>15</sup> Syed Nawab Naqvi, *Ethic and Economic An Islamic Sistem*, telah diterjemahkan oleh Husen Anis, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintetis Islam*, (Bandung: Mizan, 1993), hal. 50-51.

orang-orang yang mana menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menimbang atau menakar untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Alqur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk mengurangi takaran dan timbangan.

c) Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan orang untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infaq, shodaqoh.

d) Tanggung Jawab Kebenaran

Kebebasan tanpa batas adalah salah satu hlm yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk meenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan

batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

e) Kebenaran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad, proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran inimaka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya).<sup>16</sup> Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku etika bisnis. Maka prinsip-prinsip dapat dirinci dengan kategori yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Prinsip Unity (Tauhid)

Menurut Syed Nawab Naqwi R. Lukman Fauroni, kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu *homogeneous whole* atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep

<sup>16</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 896.



konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.<sup>17</sup>

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.<sup>18</sup>

2) Prinsip Keseimbangan (keadilan/*Equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.<sup>19</sup> Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya.

Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan yang kita lihat di alam semesta merefleksikan konsep keseimbangan yang rumit ini.<sup>20</sup>

Tatanan ini pula yang dikenal dengan sunnatullah.<sup>21</sup>

3) Prinsip Kehendak Bebas (ikhtiar/*freewill*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan iajalannya.<sup>22</sup>

4) Prinsip Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya.<sup>23</sup> Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis

<sup>17</sup> R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), hal. 144.

<sup>18</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hal. 89.

<sup>19</sup> Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), hal. 55.

<sup>20</sup> *Ibid*, hal. 36.

<sup>21</sup> R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis* ., hal. 146.

<sup>22</sup> Muhammad, *Etika Bisnis*., hal. 56.

<sup>23</sup> Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 40

individu menciptakan satu kehidupan yang dinamis dalam masyarakat.

Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat terlapis ganda dan terfokus baik dari tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersama-sama. Menurut Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.<sup>24</sup>

#### 5) Prinsip Kebajikan(Ihsan)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat.<sup>25</sup>

## 2. Metode Penelitian

### a. Jenis penelitian dan pendekatan

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti disini yaitu penelitian lapangan (*field research*). Adapun metode yang digunakan penelitian ini adalah metode *deskriptif kualitatif*.<sup>26</sup> Penelitian *deskriptif* bertujuan menggambarkan secara sistematis dan fakta akurat dalam karakteristik bidang tertentu. Sedangkan penelitian *kualitatif* adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena

sosial seperti halnya tindakan manusia dimana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data dilakukan secara *induktif*.<sup>27</sup>

Metode pendekatan yang digunakan untuk menganalisa masalah ini adalah normatif, yaitu dengan mendekati permasalahan yang timbul didalam pasar Brunorejo Kecamatan Bruno Kabupaten Purworejo Khususnya yang berkaitan dalam hal penetapan harga pakaian dalam etika bisnis islam

### b. Tempat atau lokasi penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi tempat penelitaian adalah Pasar Brunorejo. Pasat ini terletak di Desa Brunorejo, Kecamatan Bruno, Kabupaten Purworejo. Pasar Brunorejo merupakan salah satu pusat terjadinya perdagangan di Kecamatan Bruno, bahkan terbesar dikecamatan tersebut. Letak pasar ini adalah dipusat Kecamatan Bruno, sehingga tingkat perputaran ekonomi bisa dianggap terbesar.

### c. Informan penelitian

Dalam hal ini peneliti mengambil beberapa orang sebagai informan diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pengurus Pasar Brunorejo Bruno Purworejo.
- 2) Pemerintah Desa Brunorejo Bruno Purworejo
- 3) Pedagang di Pasar Brunorejo Bruno Purworejo
- 4) Pembeli di Pasar Brunorejo Bruno Purworejo..

### d. Teknik penentuan informan

Dalam penelitian ini penentuan informan menggunakan teknik/cara *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* ini adalah teknik

<sup>24</sup> *Ibid.*, hal. 41.

<sup>25</sup> *Ibid.*, hal. 42.

<sup>26</sup> Hadi sutrisno, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), hlm. 32.

<sup>27</sup> Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 42.

mengambil informan atau narasumber dengan tujuan tertentu sesuai dengan tema penelitian karena orang tersebut dianggap memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitian sehingga data yang dihasilkan akan lebih *representative*.<sup>28</sup>

e. Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu:

- 1) Wawancara
- 2) Observasi
- 3) Dokumentasi.

f. Keabsahan data

Adapun teknik yang peneliti gunakan disini diantaranya adalah sebagai berikut *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.<sup>29</sup> Selain itu di dalam keabsahan data juga akan dilakukan proses triangulasi guna menambah keabsahan datanya. Disini peneliti menggunakan Keabsahan data dengan pendekatan triangulasi sumber untuk mengungkap dan menganalisis masalah-masalah yang dijadikan obyek penelitian. Yang nantinya pendekatan triangulasi dilakukan sesuai dengan.

## C. Hasil Penelitian dan Analisis atas

### Hasil Penelitian

#### 1. Hasil penelitian

- a. Metode Penentuan Harga yang Digunakan Penjual Pakaian Di Pasar Brunorejo- Kabupaten Purworejo

Hasil wawancara dengan Informan B, yaitu pedagang baju wanita seperti (long dress, celana jeans, kaos pendek, dan jilbab). Informan B membuka usahanya dari tahu 1999, Informan B memiliki 2 orang anak.

Awal mula Informan B berdagang di Pasar Brunorejo yaitu karena rumah suaminya berada di dekat kawasan pasar betung. Melihat adanya peluang di pasar betung, dengan tekad yang kuat maka Informan B sekarang sudah memiliki kios sendiri di Pasar Brunorejo. Informan B membuka usahanya ini untuk membantu ekonomi keluarga, walaupun sebenarnya hasil gaji suaminya sudah sangat cukup. Terapi menurut Informan B daripada nganggur dirumah, lebih baik berjualan baju untuk tambah-tambah uang jajan anak. Untuk proses belinya sendiri Informan B menawarkan kepada pembeli bahwa jika ditempat dagangan beliau bias dengan cara kredit ataupun cash (tunai). Jika kredit biasanya bisa diangsur selama 3 bulan dan untuk tanda jadinya jika baju dibawah Rp. 100.000 bisa DP biasanya Rp. 30.000, sedangkan untuk baju diatas Rp. 100.000 Dp nya 50.000 disesuaikan dengan harga bajunya dan yang pastinya untuk harga cash (tunai) itu berbeda dan Informan B melakukan sisten kredit agar meringankan pembeli yang tidak bisa langsung membayar cash (tunai).

Etika melayani Pembeli di Pasar Brunorejo Kecamatan Bruno, Kabupaten Purworejo sangat menjanjikan bagi para pedagang yang mempunyai usaha dikawasan tersebut. Informan E pedagang pakaian baju muslim, yang sudah berjualan di pasar Brunorejo selama 20 tahun yaitu sejak tahun 1997.

“Memang disini banyak yang membuka usaha seperti saya, namun jelas setiap pedagang di sini tidak sama dalam melayani dan memberikan harga-harga kepada pembeli, disini saya berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada para pembeli yaitu dengan cara menawarkan barang-barang yang saya jual kepada pembeli yang lewat di depan toko saya. Boleh hanya

<sup>28</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Alfabeta: Bandung, 2010), hlm. 86.

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode...*, hlm. 89.

mampir untuk melihat-lihat saja dulu siapa tau ada yang menarik untuk dibeli, syukur-syukur kalau mau membeli dagangan saya. Jadi menurut saya usaha boleh sama namun tidak dengan pelayannya”

Informan F biasa, adalah seorang pedagang pakaian. Beliau sudah mempunyai tempat sendiri di Pasar Brunorejo. Beliau sudah berjualan di Pasar Brunorejo selama 10 tahun. Beliau belum memiliki keluarga (belum menikah). Informan F ini adalah orang yang ramah dan merakyat dengan siapapun. Sehingga dalam melayani pembeli pun dia terkenal sangat ramah dan sangat sopan dengan semua orang baik yang sudah dikenal ataupun yang belum dikenal. Barang-barang yang dijualnya dikenal masyarakat sangat murah, oleh sebab itu barang dagangannya selalu laku keras diserbu para pembeli.

#### b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dalam Menentukan Harga

##### 1) Keinginan penduduk

Keinginan pembeli pakainya di pasar Brunorejo atas barang-barang berbeda dan seringkali berubah, sesuai dengan model terbaru. Hal ini turut dipengaruhi oleh berlimpah atau langkanya suatu barang. Semakin langka semakin diminati oleh masyarakat. Kesediaan toko An-Nidamenyediakan barang secara online menambah daya tarik masyarakat.

##### 2) Jumlah orang yang meminta

Semakin banyak orang yang meminta dalam satu jenis barang dagangan, maka semakin mahal harga barang dagangan. Permintaan terhadap pakaian di Pasar Brunorejo dalam bulan ramadhan, bulan maulid sangat tinggi. Hal tersebut karena

pada bulan maulid dalam masyarakat sering terjadi peringatan hari besar agama. Hal ini tentunya akan mempengaruhi tingkat permintaan.

##### 3) Kuat atau lemahnya permintaan

jika kebutuhan tinggi dan kuat, harga akan naik lebih tinggi dibandingkan jika peningkatan kebutuhan itu kecil atau lemah.

##### 4) Kualitas pembeli

Harga juga berubah-ubah, sesuai dengan siapa saja transaksi tersebut dilakukan. Pembeli yang punya kredibilitas yang buruk, sering bangkrut mengulur-ulur pembayaran akan mendapatkan harga yang lebih tinggi dari pembeli yang memiliki predikat baik.

##### 5) Jenis uang yang digunakan

Harga juga dipengaruhi oleh bentuk alat pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual beli. Hal diatas harus dapat terjadi, karena tujuan dari suatu transaksi harus menguntungkan penjual dan pembeli. Aplikasi yang sama berlaku bagi seseorang yang meminjam atau menyewa, karena adanya biaya tambahan yang menjadikan ubahnya harga.

#### c. Perilaku Pedagang Pakaian dalam Menentukan Harga tinjauan Etika Bisnis Islam

Seperti halnya yang dilakukan informan J pedagang Pakaian memiliki pandangan bahwa ketika terjadi transaksi harus bersikap terbuka, informan J mengatakan bahwa:

Kita memberitahukan harga standar dari barang yang dibeli pada saat tawar menawar antara calon pembeli, sehingga dari sini akan terjadi transaksi yang saling ridho dan diyakini akan membawa barokah serta manfaat untuk kedua belah pihak. Dengan bersikap jujur saya

sangat yakin memperoleh pendapatan yang halal dan baik, dengan pendapatan tersebut untuk mencukupi kebutuhan keluarga saya.<sup>30</sup>

Dalam menghadapi persaingan bisnis, para pedagang memberi kebebasan pedagang lain untuk membuka dagangan di dekatnya. Bahkan para pedagang di pasar tradisional menganggap pedagang lain sebagai teman, tak jarang mereka sering bertanya dalam menentukan harga barang yang mereka jual.

Menurut semua informan meyakini bahwa rejeki yang akan mereka dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT dan tidak akan pernah tertukar tanpa harus merugikan pedagang lain.

Melihat kondisi tersebut, gambaran tentang pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam di Pasar tradisional Brunorejo Kabupaten Purworejo dapat disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam.

Berdasarkan tabel diatas berikut adalah analisis mengenai perilaku pedagang pakaian di Pasar Brunorejo dalam perspektif etika bisnis Islam:

1) Prinsip tauhid (ketauhidan/unity)

Konsep tauhid dapat diartikan sebagai dimensi yang bersifat vertikal sekaligus horizontal. Karena dari kedua dimensi tersebut akan lahir satu bentuk hubungan yang sinergis antara Tuhan dan hambanya, sekaligus hamba dengan hamba yang lain. Prinsip tauhid juga dapat diartikan sebagai seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan

berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak-Nya. Bentuk penyerahan diri yang dilakukan oleh pedagang bermacam-macam berupa menjalankan shalat tepat waktu, berdo'a dan bersedekah.

Dalam hal ini, prinsip tauhid yang ditunjukkan oleh informan F pedagang pakaian dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

Dalam menjalankan usaha, saya selalu menyertakan niat ibadah, dan sebelum berangkat berdagang saya selalu membaca basmalah terlebih dahulu dan berniat berdagang untuk menafkahi keluarga saya supaya menjadikan keberkahan tersendiri dalam menjalankan usaha dan keberkahan dalam keluarga saya.<sup>31</sup>

Berdasarkan dari keterangan di atas dapat dipahami bahwa segala sesuatu yang kita lakukan bernilai ibadah apabila dilakukan dengan ikhlas dan niat karena Allah swt.

Selain itu perilaku ketakwaan yang ditunjukkan dengan menjalankan shalat tepat waktu. Dari sepuluh informan yang melakukan shalat tepat waktu hanya dua informan. Informan itu adalah pedagang pakaian, Informan F dan informan D.

Dalam hal ini, informan D dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

Saya berusaha meninggalkan barang dagangan saya ketika mendengar suara adzan yang berkumandang. Menurut saya setelah melaksanakan

<sup>30</sup>Wawancara dengan Informan J Pedagang Pakaian, pada tanggal 16 September 2018

<sup>31</sup>Wawancara dengan Informan F Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2018

kewajiban kita kepada Allah SWT hati merasa tenang dan tidak ada beban samasekali.<sup>32</sup>

Sementara sembilan informan para pedagang lebih mementingkan menyelesaikan transaksi jual beli ketimbang menjalankan shalat. Akan tetapi ketika mereka telah menyelesaikan transaksi jual beli baru melaksanakan shalat. Tindakan seperti itu yang dilakukan oleh para pedagang, menurut peneliti lalai dalam melaksanakan shalat tepat waktu. Seharusnya yang dilakukan adalah bersegera menunaikan kewajiban shalat karena keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia.

Pada konsep ini seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak Allah SWT. Namun, di lain pihak konsep ini juga sangat memperhatikan eksistensi manusia sebagai makhluk hidup dan bersama-sama dengan manusia lain menjadi satu kesatuan yang diikat dengan ketaatan kepada satu yaitu Allah SWT.<sup>33</sup>

Wujud dari ketaatan kepada Allah SWT yang dilakukan oleh pedagang dari 10 informan yang meliputi pedagang pakaian dengan melaksanakan shalat tepat waktu dan mengeluarkan uang untuk bersedekah kepada orang peminta-minta. Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh salah satu informan B pedagang pakaian bentuk ketaatan kepada Allah SWT dengan

melaksanakan shalat tepat waktu dan bersedekah. Beliau mengatakan bahwa:

Saya yakin dengan mengeluarkan uang untuk bersedekah maka rizki yang saya dapat akan bertambah, lagipula kalo saya mengeluarkan uang untuk bersedekah saya tidak akan rugi.<sup>34</sup>

Akan tetapi masih banyak pedagang dari 10 informan yang lalai dalam menjalankan shalat tepat waktu. Seperti yang dilakukan oleh informan E pedagang pakaian mengatakan bahwa:

Saya lebih mementingkan melayani pembeli ketika mendengar suara adzan tetapi setelah melayani pembeli saya segera menjalankan shalat.<sup>35</sup>

Hal ini juga di katakan oleh informan C pedagang Pakaian beliau mengatakan bahwa:

Saya lebih mementingkan melayani pembeli baru menjalankan shalat. Jadi saya mendapat keduanya yaitu keuntungan dunia dan keuntungan akhirat.<sup>36</sup>

Menurut peneliti perilaku yang ditunjukkan informan C kurang tepat, seharusnya informan C lebih dahulu menjalankan shalat dibandingkan melayani

<sup>32</sup>Wawancara dengan Informan D Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2018.

<sup>33</sup>Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hal. 132-133

<sup>34</sup>Wawancara dengan Informan B Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2018.

<sup>35</sup>Wawancara dengan Informan E Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2018.

<sup>36</sup>Wawancara dengan Informan C Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2018.

pembeli. Perilaku yang dilakukan oleh kedua informan tersebut terbilang lalai dalam menjalankan shalat walaupun kedua informan tetap melaksanakan shalat. Selain itu para pedagang pakaian di Pasar Brunorejo telah memahami kategori barang yang haram diperdagangkan dalam Islam.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang sudah sesuai dengan prinsip tauhid. Akan tetapi dalam pelaksana shalat tepat waktu masih ada yang lalai, seharusnya para pedagang bersegera menunaikan kewajiban sholat karena keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Seperti yang dilakukan orang-orang di masa Rasulullah begitu cinta kepada perdagangan yang cenderung lebih ke cinta kepada Allah dan rasulnya sehingga mereka tega meninggalkan Rasulullah yang sedang berkhotbah karena menyambut kafilah pedagang yang baru datang.

## 2) Prinsip Keseimbangan (keadilan/*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip perilaku adil sangat menentukan perilaku kebijakan seseorang. Dalam dunia bisnis prinsip keadilan harus diwujudkan dalam bentuk penyajian produk- produk yang bermutu dan berkualitas, selain itu ukuran, kuantitas, serta takaran atau timbangan harus benar-benar sesuai dengan prinsip kebenaran.<sup>37</sup>

Prinsip keseimbangan

(keadilan) yang dilakukan oleh para pedagang pakaian di Pasar Brunorejo berupa para pedagang dengan memberitahu tentang spesifikasi dari barang yang akan dijual kepada pembeli. Sepuluh dari informan tidak menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan kepada calon pembeli atau pembeli. Sebagai tambahan mereka memberikan saran kepada pembeli agar para pembeli mengetahui kondisi barang yang akan dibeli, agar mengetahui alasan menawarkan harga yang berbeda, juga agar pembeli tidak bingung untuk memilih barang yang diinginkan. Seperti yang dilakukan informan J pedagang pakaian, beliau mengatakan bahwa:

Saya memberitahu kelebihan dan kelemahan atas barang yang saya jual, karena dengan saya menjelaskan tentang barang yang saya tawarkan pembeli tidak akan kesulitan dalam menawar barang tersebut.<sup>38</sup>

Menurut peneliti perilaku para pedagang sudah sesuai dengan prinsip keseimbangan atau keadilan dalam menjalankan transaksi jual beli. Prinsip keseimbangan atau keadilan yang dilakukan oleh para pedagang sepatutnya harus dijalankan agar hak-hak seorang pembeli akan terpenuhi.

## 3) Prinsip Kehendak Bebas (ikhtiar/*freewill*)

Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat sendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan dimuka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat

<sup>37</sup>Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo, 2009), hal.138.

<sup>38</sup>Wawancara dengan Informan J Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2015.

terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah SWT semata.<sup>39</sup>

Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan sepuluh informan dengan memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya serta tidak memberikan harga dibawah harga standar untuk menarik pembeli. Sebagaimana yang dilakukan oleh informan A pedagang pakaian, beliau memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya dan dalam menetapkan harga sesuai dengan harga di pasaran. Seperti yang dikatakan beliau bahwa:

Jika teman saya menjual ayam Rp. 120.000, maka saya akan mengikuti harga tersebut. Saya percaya bahwa rejeki yang akan saya dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT tanpa harus merugikan pedagang lain.<sup>40</sup>

Selain contoh perilaku diatas sepuluh dari informan pedagang mengartikan tidak memaksa pembeli. Para pedagang memberi kebebasan kepada pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera dan mendapat kualitas barang sesuai dengan harga yang ditetapkan dan disepakati. Seperti contoh yang dilakukan oleh informan D pedagang pakaian, beliau mengatakan bahwa:

Saya memberikan kebebasan kepada pembeli dalam menawar barang yang telah dipilihnya, namun hal tersebut

harus didasari tanggung jawab antara kedua belah pihak, agar tidak terjadi ketimpangan dalam bertransaksi dan kedua belah pihak sama-sama rela.<sup>41</sup>

Perlu disadari oleh setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia di bimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasari pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya. Oleh karena itu " kebebasan memilih" dalam hal apa pun, termasuk dalam bisnis.<sup>42</sup>

Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan 10 informan dengan memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya serta tidak memberikan harga dibawah harga standar untuk menarik pembeli. Sebagaimana yang dilakukan oleh informan A pedagang pakaian, beliau memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya dan dalam menetapkan harga sesuai dengan harga di pasaran. Seperti yang dikatakan beliau:

Jika teman saya menjual pakaian Rp. 200.000/4 pakaian, maka saya akan mengikuti harga tersebut. Saya percaya bahwa rejeki yang akan saya dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT tanpa harus merugikan pedagang lain.<sup>43</sup>

<sup>39</sup>Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo, 2009), hal. 141.

<sup>40</sup>Wawancara dengan Informan A Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2018.

<sup>41</sup>Wawancara dengan Informan D Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2018.

<sup>42</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hal.16.

<sup>43</sup>Wawancara dengan Informan A Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2018.



#### 4) Prinsip Pertanggungjawaban (responsibility)

Islam sangat menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia, Allah mengaruniai manusia menjadi khalifah di muka bumi, membangun, memakmurkan dan menikmati kenikmatan di bumi, mengeksploitasi bumi dengan segala kecanggihan teknologi yang dimiliki itu semua mempunyai beban tanggung jawab yang senantiasa dipikul oleh manusia yang kemudian hari akan diperanggungjawabkan dihadapan Allah swt.

Selanjutnya dalam dunia bisnis, tanggungjawab terlihat dalam peran lembaga bisnis dalam meningkatkan kehidupan para pelanggan, karyawan dan pemegang saham, dengan membagikan kekayaan yang dihasilkannya, para pemasok dan pesaingpun berharap bahwa lembaga-lembaga bisnis menghormati kewajiban-kewajiban mereka dengan semangat kejujuran dan keadilan, sebagai warga yang bertanggung jawab terhadap komunitas lokal, nasional, regional dan global dimana mereka beroperasi. Lembaga-lembaga bisnis ikut dalam menentukan masa depan komunitas-komunitas itu. Nilai lembaga bisnis bagi masyarakat ialah kekayaan dan lapangan pekerjaan yang diciptakan serta produk dan jasa yang dipasarkan kepada konsumen dengan harga yang wajar yang sebanding dengan mutunya. Untuk mampu menciptakan nilai itu, sebuah lembaga bisnis harus mampu mempertahankan kesehatan dan kelangsungannya.<sup>44</sup>

Dari data yang diperoleh

peneliti para pedagang sebagian masih belum bisa menepati janji karena beliau takut tidak bisa menepati janji. Adapun ketidaktepatan janji yang dilakukan oleh informan E pedagang pakaian berupa ketidaktepatan waktu yang dijanjikan kepada konsumen karena stok barang dagangannya habis. Berbeda dengan sembilan informan, mereka berusaha untuk memenuhi janji sesuai kesepakatan dengan pembeli. Sebelum para pedagang menyepakati perjanjian selalu memastikan kepada pembeli mengenai ketepatan waktu penyerahan barang dan ketepatan waktu pembayaran. Sebagaimana yang dikatakan informan G pedagang pakaian, beliau mengatakan bahwa:

Ketika ada pesanan saya berusaha untuk memenuhi sesuai kesepakatan dan saya tidak mengurangi pesanan pembeli sedikitpun.<sup>45</sup>

#### 5) Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa harus aturan yang mewajibkan atau memerintahkannya untuk melakukan perbuatan itu, Atau dalam istilah lainnya adalah beribadah maupun berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak seperti itu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kitakerjakan.

Dari data yang diperoleh peneliti bentuk prinsip kebajikan (ihsan) dilaksanakan dengan kemurahan hati yaitu dengan memberikan tenggang waktu pembayaran jika pembeli belum dapat membayar kekurangan. Hasil

<sup>44</sup>Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*, hal. 353.

<sup>45</sup>Wawancara dengan Informan G Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2018

wawancara dengan sepuluh informan yang melakukan kemurahan hati dengan memberi tenggan waktu hanya dua informan sedangkan yang lain tidak memberi tenggang waktu. Sebagaimana yang dilakukan informan F pedagang pakaian, beliau mengatakan bahwa:

Saya memberi tangguhan waktu apabila pembeli tidak dapat membayar secara tunai. Saya percaya kepada pembeli bahwa pembeli akan membayarnya. Tetapi dalam memberikan tangguhan saya memilih orang yang saya percaya dan melihat karakter pembeli seperti pembeli yang sudah menjadi langganan saya.<sup>46</sup>

Lain hal yang dilakukan informan J pedagang pakaian, beliau mengatakan bahwa:

Saya memberikan diskon harga ketika pembeli membeli dalam jumlah banyak. Saya memberikan bonus cuma-cuma sebagai ungkapan terima kasih kepada pembeli karena telah membeli dengan jumlah yang banyak.<sup>47</sup>

Menurut peneliti, seharusnya para pedagang harus melayani dengan baik dan bersikap ramah. Dengan bersikap ramah tamah dan sopan kepada pembeli tak segan-segan calon pembeli akan mampir walaupun untuk sekedar liat-liat bahkan untuk membeli barang dagangan. Sebaliknya, jika penjual

bersikap kurang ramah, apalagi kasar dalam melayani pembeli, justru mereka akan melarikan diri, dalam arti tidak mau kembali lagi.

#### d. Peran Pemerintah dalam Penentuan Harga

Pemerintah Desa Pasar Brunorejo dalam melakukan pengawasan dan pengontrolan harga baik itu pakaian maupun barang pokok lainnya belum mengawasi, mengontrol dan memastikan kelangsungan produksi dan kestabilan suplai barang-barang pokok masyarakat. Untuk mencapai kalayang efektif dan kelayakan aliran suplai barang dan jasa. Disamping itu pemerintah juga seharusnya melakukan fungsi alokasi sumber daya, penyediaan kebutuhan pokok, menjamin kebebasan keluar masuk pasar, memastikan tidak adanya intersepsi pasar, memperlancar akomodasi bagi suplier perdesaan, menetapkan perantara, pencegahan terjadinya distorsi pasar dan memastikan tidak adanya kecurangan.

Adapun regulasi harga yang merupakan bagian dari invernisi pemerintah memiliki 3 fungsi, yaitu fungsi ekonomi yang berhubungan dengan peningkatan produktivitas dan peningkatan pendapatan masyarakat miskin melalui alokasi dan relokasi sumber daya ekonomi, fungsi sosial adalah mempersempit kesenjangan antara masyarakat kaya dan masyarakat miskin dan fungsi moral adalah upaya menegakkan nilai-nilai Islami dalam aktifitas perekonomian.<sup>48</sup>

#### a. Peranan Pemerintah Desa Brunorejo

Secara umum pemerintah Desa Brunorejo memiliki beberapa

<sup>46</sup>Wawancara dengan Informan F Pedagangpakaian, Pada Tanggal 16 September 2015

<sup>47</sup>Wawancara dengan Informan D Pedagang Pakaian, Pada Tanggal 16 September 2018

<sup>48</sup>Ain Rahmi, *Mekanisme Pasar Dalam Islam*, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, 2015, Vol. 4, No. 2, 177-192, hal. 182.

peranan, antara lain:

- 1) Melakukan renovasi pasar.

Peranan Pemerintah Desa Brunorejo dalam hal ini diwujudkan dalam bentuk pengajuan laporan kepada Pemerintah Kabupaten Purworejo untuk pembangunan fisik bangunan pasar. Pengajuan tersebut belum terlaksana. Menurut Kepala Desa Brunorejo dalam hal pembangunan pemerintah desa tidak ikut campur. Mereka belum pernah mengajukan bantuan yang berkaitan dengan pembangunan pasar. Menurutnya, pasar Brunorejo memang berada dalam wilayah kekuasaannya namun dalam hal kewenangan mereka tidak mencampurinya secara mendalam.<sup>49</sup>

- 2) Alokasi peran pelaku ekonomi.

Hal ini dilakukan dalam bentuk membantu memperbaiki akses para pedagang seperti hal informasi, permodalan, dan hubungan dengan produsen atau supplier (pemasok). Dalam kaitannya dengan produsen pemasok, pedagang pasar perlu dibantu dalam mengefisienkan rantai pemasaran untuk mendapatkan barang dagangannya. Pemerintah Desa Brunorejo dapat berperan sebagai mediator untuk menghubungkan pedagang pasar tradisional secara kolektif kepada industri untuk mendapatkan akses barang dagangan yang lebih murah.

- 3) Mengajukan permohonan penguatan modal pada

Pemerintah Daerah Kabupaten Purworejo.

Hal ini dilakukan Kantor Pengelolaan Pasar Brunorejo dikarenakan banyaknya pedagang yang kekurangan modal, sehingga para pedagang banyak yang meminjam modal usaha ke rentenir, sedangkan rentenir menjanjikan banyak kemudahan dengan konsekuensi bunga yang melebihi standar. Oleh karena itu Kantor Pengelolaan Pasar Brunorejo berusaha mengajukan penguatan modal usaha bagi pedagang yang kekurangan modal dengan bimbingan dan bantuan yang dilaksanakan melalui sistem pinjaman bergulir.

- 4) Mengadakan kegiatan promosi

Peranan Kantor Pengelolaan Pasar Brunorejo dalam hal ini dilakukan dengan cara mengadakan pertunjukan hiburan tradisional di lingkungan Pasar Brunorejo dalam rangka untuk menarik pembeli.

#### D. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari pembahasan di atas adalah sebagai berikut:

1. Metode yang digunakan dalam jual beli pakaian dilakukan dengan tawar-menawar. Hal tersebut karena jenis Pasar Brunorejo tergolong tradisional. Kemudian dalam melayani seorang pembeli atau konsumen, pedagang selalu memperhatikan sikap yang baik kepada semua konsumen. Seperti sikap jujur, transparan, dan ramah tamah yang selalu dipakai baik dalam melakukan usaha bisnisnya maupun dalam kehidupan sehari-harinya.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga Di Pasar Brunorejo tersebut tidak bisa terlepas dari

<sup>49</sup>Hasil wawancara dengan Kepala Desa Brunorejo, Tanggal 30 Mei 2019.

- keinginan penduduk, jumlah orang yang meminta, kuat lemahnya permintaan, kualitas pembeli dan jenis uang yang digunakan
3. Etika yang dipakai ketika melakukan jual beli yaitu tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan, cara berinteraksi dilakukan dengan jujur, dan mencatat transaksi yang dilakukan. Penetapan harga produk sudah sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam. Tidak ada unsur kezaliman terhadap konsumen, karena antara kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan. Penjual memperoleh keuntungan dan pembeli atau konsumen memperoleh barang dengan harga yang wajar.
  4. Peran Pemerintah Desa Brunorejo dalam pasar sebagai perencana, pengawas, pengatur, produsen sekaligus konsumen bagi kegiatan pasar kurang maksimal. Hal tersebut karena kekurangan SDM yang memenuhi dalam mengembangkan ekonomi pasar.

#### Daftar Pustaka

- Badroen, Faisal. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Beekun, Rafik Issa. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan ed. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Damayanti, Ifani. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tinggi Rendahnya Pendapatan Pedagang Kak Lima*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelah Maret Surakarta.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fauroni, R. Lukman. 2006. *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren.
- Lembaga Administrasi Negara. 2003. *Penyusunan Standar Pelayanan Publik*. Jakarta: LAN RI.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Naqvi, Syed Nawab. 1993. *Ethic and Economic An Islamic Sistem*. telah diterjemahkan oleh Husen Anis. *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintetis Islam*. Bandung: Mizan.
- Pusat Pengkajian dan pengembangan Ekonomi Islam P3EI UII. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono,. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Sutrisno, Hadi. 2001. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wazin. 2014. *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim* Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. Vol. 1 No. 1 Januari-Juni
- Zakiyah dan Bitang Wirawan. *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung*. *Jurnal Sociologie*. Vol. 1.