

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jual beli merupakan suatu bagian dari muamalah yang biasa dialami oleh manusia sebagai sarana berkomunikasi dalam hal ekonomi. Dari pelaksanaan jual beli itu maka apa yang dibutuhkan manusia dapat diperoleh, bahkan dengan jual beli ini pula manusia dapat memperoleh keuntungan yang akhirnya dapat meningkatkan taraf hidup perekonomian mereka.

Jual beli merupakan sebuah transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak, yakni penjual dan pembeli dalam hal pemindahan hak pemilikan suatu benda yang didahului dengan akad dan penyerahan sejumlah uang yang telah ditentukan, menurut pendapat TM. Hasbi Ashiddieqy “jual beli” (menjualkan) sesuatu barang dengan menerima dari padanya harta (benda) atas dasar kerelaan kedua belah pihak.¹

Menurut Sayyid Sabiq, perdagangan adalah pertukaran harta atas saling rela, atau memindahkan hak milik dengan ganti yang dapat dibenarkan.² Dalam KUHPer pasal 1457 dijelaskan bahwa Jual-beli adalah suatu perjanjian, dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan.

Allah SWT dan Rasul-Nya telah menetapkan pertukaran barang dengan persetujuan antara kedua belah pihak dalam suatu transaksi dagang sebagai

¹ Prof. Dr. TM. Hasbi As-Shiddieqi, “*Hukum-hukum Fiqh Islam*”, Jakarta: Bulan Bintang, 1978, hlm. 378

² Sayyid Sabiq, “*Fiqh Sunah*”, cet. 12, Bandung: Al-Ma’arif, 2001, hlm. 44

Jual beli merupakan perwujudan dari hubungan antara sesama manusia sehari-hari, sebagaimana telah diketahui bahwa agama Islam mensyariatkan jual beli dengan baik tanpa ada unsur kesamaran, penipuan, riba dan sebagainya. Dan jual beli dilakukan atas dasar suka sama suka antara kedua belah pihak.⁵

Islam mengharamkan seluruh macam penipuan, baik dalam masalah jual beli, maupun dalam seluruh macam mu'amalah. Seorang muslim dituntut untuk berlaku jujur dalam seluruh urusannya, sebab keikhlasan dalam beragama nilainya lebih tinggi daripada seluruh usaha duniawi.⁶

Aktivitas perdagangan pada umumnya sering dilakukan di dalam pasar. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafaurrasyidin menunjukkan adanya peranan pasar yang besar. Rasulullah Saw sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya *price intervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar. Namun, pasar disini mengharuskan adanya moralitas (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparancy*) dan keadilan (*justice*). Jika nilai-nilai ini ditegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar.⁷

⁵ Haris Faulidi Asnawi, "Transaksi E-Commerce Perspektif Islam", Yogyakarta: Insani Press, 2004, hlm. 73-76

⁶ Yusuf Qardhawi, "Halal dan Haram dalam Islam", Alih Bahasa : HM. Mu'ammal Hamidy, Surabaya : PT. Bina Ilmu, 1980, hlm. 359

⁷ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII Yogyakarta, "Ekonomi Islam", Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008, hlm. 301

Pasar memainkan peranan yang sangat penting dalam sistem ekonomi bebas.⁸ Kebebasan yang disyariatkan Islam dalam bidang ekonomi bukanlah kebebasan mutlak yang terlepas dari ikatan norma (hukum). Kebebasan yang diajarkan Islam adalah kebebasan yang terkendali, terikat dengan keadilan yang diwajibkan Allah SWT. Ini disebabkan karena watak manusia yang suka menumpuk kekayaan sehingga seringkali mengorbankan keadilan dalam cara mereka mencari harta.⁹ Selain itu pasar juga memiliki fungsi strategis, yaitu sebagai sebuah wadah bertemunya para produsen (penjual) dan konsumen (pembeli) dalam kegiatan perdagangan.

Kedua pihak tersebut akan saling mempengaruhi dan menentukan harga. Harga merupakan suatu nilai suatu barang yang ditentukan dengan uang.¹⁰ Kesepakatan keduanya dalam menentukan harga, haruslah saling memuaskan satu sama lain dan saling ridha. Pencapaian terhadap kepuasan sebagaimana tersebut tentunya haruslah diproses dan ditindak lanjuti secara berkesinambungan, dan masing-masing pihak hendaknya mengetahui dengan jelas apa dan bagaimana keputusan yang harus diambil dalam pemenuhan kepuasan ekonomi tersebut.

Dalam KUHPer pasal 1465 dijelaskan bahwa harga beli harus ditetapkan oleh kedua belah pihak, namun harga beli itu dapat diserahkan kepada perkiraan pihak ke tiga, jika pihak ke tiga ini tidak suka atau tidak mampu

⁸ Suhrawardi K. Lubis, "*hukum Ekonomi Islam*", Jakarta: Sinar Grafika, 2004, hlm. 21

⁹ Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag, "*Hukum Bisnis (Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah)*", Yogyakarta: PT. LkiS Printing Cemerlang, 2009, hlm. 324-325

¹⁰ W.J.S. Poerwadarminta, "*Kamus Umum Bahasa Indonesia*", Jakarta: Balai Pustaka, 2003, hlm. 186

Keuntungan merupakan salah satu tujuan dari perdagangan dan juga sebagai suatu cara pengembangan modal. Keuntungan yang adil adalah keuntungan yang ditentukan dalam keadaan wajar dan sederhana sesuai dengan hukum penawaran dan permintaan dan berlaku dalam ketentuan pasar bebas.

Menurut Ibn Khaldun, keuntungan harus sesuai dengan ketentuan harga dasar sesuatu barang, dan ketetapan itu hendaklah secara sederhana, sebab harga yang rendah membawa kepada keuntungan yang berterusan, sementara harga yang tinggi dapat mengurangkan daya pembelian dan pada akhirnya akan terjadi kelambanan pengembalian modal.¹³

Menurut Nazaruddin Dekan Fakultas Syari'ah IAIN AR-Raniry Aceh, dalam sebuah tulisannya yang berjudul "*Penetapan Kadar Keuntungan Dalam Ekonomi Islam*" ia menjelaskan bahwa para fuqaha telah mengklasifikasikan keuntungan yang biasa berlaku terhadap sesuatu barang dalam masyarakat berkaitan dengan urusan jual beli adalah dinamakan dengan:

1. *Al-Ribh al-fahish* (keuntungan besar yang berlebihan atau keuntungan yang menindas) oleh penjual, atau dengan kata lain kerugian besar bagi pembeli.
2. *Al-Ribh al-yasir* (keuntungan sederhana atau keuntungan yang tidak menindas) juga disebut kerugian kecil bagi pembeli.¹⁴

¹³ <http://nazarudinaw.com//> diakses pada tanggal 10-06-2013 pukul 14.20

¹⁴ Ibid.,

Pedagang tidak dibolehkan mengambil keuntungan yang melampaui harga pasar, karena itu merupakan penganiayaan bagi para pembelinya. Sebagian ulama menetapkan bahwa keuntungan yang melebihi 1/3 dari harga pembayaran adalah merupakan suatu penganiayaan dan dalam keadaan tersebut, pembeli memiliki peluang untuk khiyar.

Menurut Al Haitarny dalam bukunya "*Majma' al-Zawa'id*" ia menjelaskan bahwa pedagang yang dipercayai oleh pembeli, tidak sepatutnya melakukan penganiayaan walaupun pembeli setuju dengan harga yang ditetapkan, karena biasanya pembeli sudah mempercayai kata-kata pedagang. Perbuatan tersebut adalah kecurangan. Firman Allah SWT;



Artinya: " Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang."
(Q.S Al-Mutaffifin : 1)¹⁵

Ringkasnya, bahwa segala bentuk penipuan adalah diharamkan.¹⁶ Pedagang hendaknya bersikap yang baik, di antaranya tidak menipu dalam transaksi jual beli yang berjalan dalam suatu masyarakat.

Salah satu macam penipuan ialah memberikan informasi yang tidak sesuai dengan kualitas barang. Al-Quran menganggap penting persoalan tersebut sebagai salah satu bagian dari jual beli. Oleh karena itu setiap muslim harus berusaha sekuat tenaga untuk berlaku adil (jujur), sebab keadilan yang sebenarnya jarang bisa diwujudkan.¹⁷

¹⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, hlm. 881

¹⁶ Al-Haitarny, "*Majma' al-Zawa'id*", Jilid 4, Dar Ihya al-Thurat al-Araby, Bairut, 1405, hlm. 76

¹⁷ Yusuf Qardhawi, "*Halal dan Haram dalam Islam*", Alih Bahasa : HM. Mu'ammal Hamiody, Surabaya : PT. Bina Ilmu, 1980, hlm. 361

Perilaku tersebut sering dijumpai di pasar-pasar tradisional maupun di toko-toko dimana pedagang memberikan informasi mengenai barang yang ingin dibeli oleh pembeli dengan memberikan informasi tidak sesuai dengan kualitas barang yang dijual.

Pasar Johar Semarang sebagai salah satu pasar terbesar di kota Semarang. Dimana mayoritas pedagang muslim ada disana, terutama pedagang konveksi. Mereka memiliki cara masing-masing agar barang dagangan mereka bisa terjual setiap harinya. Namun dalam prakteknya para pedagang menjual barang dagangan mereka dengan cara menawarkan barang dagangan dengan cara memberikan informasi yang tidak sesuai kualitas barang.

Selain itu para pedagang konveksi di pasar Johar dalam menawarkan barang dagangan juga sering memberikan penawaran harga yang cukup tinggi kepada setiap pembeli sebelum melakukan transaksi, sehingga para pembeli yang tidak bisa menawar harga akan terkecoh dengan harga yang ditawarkan oleh pedagang.

Hal tersebut bertolak belakang dengan nilai-nilai Islam, seperti bertanggung jawab atas barang yang jual, jujur dalam transaksi, amanah, toleransi apabila terjadi kesalahpahaman dalam transaksi, dan memenuhi akad yang sudah disepakati dalam transaksi.

Berdasarkan pemikiran diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengangkat permasalahan mengenai TINJAUAN HUKUM

ISLAM TERHADAP SISTEM PENAWARAN PEDAGANG KONVEKSI DI PASAR JOHAR SEMARANG SEMARANG?.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, permasalahan penelitian dapat dirumuskan antara lain:

1. Bagaimanakah sistem penawaran pedagang konveksi di pasar Johar Semarang?
2. Bagaimanakah tinjauan hukum Islam terhadap sistem penawaran pedagang konveksi di pasar Johar Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah tinjauan hukum Islam terhadap sistem penawaran pedagang pakaian di pasar Johar Semarang.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang sistem penawaran dalam perdagangan menurut hukum Islam.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari terjadinya duplikasi penelitian terhadap objek yang sama serta menghindari anggapan plagiasi karya tertentu, maka perlu

pengkajian terhadap karya-karya yang telah ada. Diantara penelitian yang sudah pernah dilakukan adalah sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Martina Pungkasari berjudul *“Kecenderungan Pasar Johar Sebagai Obyek Wisata Belanja Di Kota Semarang”* membahas tentang keberadaan Pasar Johar sebagai objek wisata belanja memiliki daya tarik yang potensial untuk dikembangkan sebagai objek wisata belanja namun ketersediaan fasilitas pendukung dan faktor kenyamanan yang kurang memadai, sehingga menunjukkan jika keberadaan Pasar Johar sebagai objek wisata belanja di Kota Semarang masih dalam skala atau nilai kecil.

Penelitian yang dilakukan oleh Taufik Hidayat berjudul *“Perspektif Hukum Islam Terhadap Strategi Dagang Yang Diterapkan Pedagang Roti Dan Kue Pada Tahun 2007 Di Pasar Ngawen Gunung Kidul)”* membahas tentang strategi distributor dan strategi penetapan harga pedagang roti dan kue di pasar ngawen gunung kidul yang belum sepenuhnya melaksanakan aturan dan etika yang ada dalam hukum islam.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Cholifah berjudul *“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Busana Muslim Di Kota Semarang”*. Membahas tentang pengaruh antara Bauran Pemasaran (produk, Harga, Lokasi, Promosi) terhadap loyalitas pelanggan pada butik busana uslim di kota Semarang.

Jurnal ilmiah yang disusun oleh Winda Wahyu Widyasari, berjudul *“Identifikasi Struktur Pasar Dan Implikasinya Terhadap Pembentukan Harga*

(*Studi Kasus Pada Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Malang*)” jurnal ini membahas tentang mekanisme harga di dalam usaha keripik tempe dan harga untuk menarik minat konsumen serta mempertahankan para pelanggannya.

Penelitian yang akan dilakukan oleh penyusun berbeda dengan penelitian yang telah ada, dimana penyusun mengkaji mengenai tinjauan hukum Islam terhadap sistem penawaran pedagang konveksi di pasar Johar Semarang.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian dengan mencari data secara langsung ke lapangan, dan menggunakan penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dengan melakukan pengamatan pada objek yang akan diteliti dan kemudian dianalisis. Dalam hal ini penulis melakukan penelitian dengan berkunjung ke pasar Johar Semarang sebagai objek yang akan diteliti.

2. Sumber Data

Sumber data adalah tempat atau orang yang diperoleh.¹⁸ Untuk mencapai kebenaran ilmiah, Ada dua sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, yakni :

- a. Data primer, yakni data yang langsung diperoleh atau berasal dari sumber asli atau pertama (*primary resources*).¹⁹ Terkait dengan tema

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002, hlm. 45

¹⁹ M Burhan Bungin, *"Metodologi Penelitian Kuantitatif; Komunikasi, Eknomi dan Publik serta Ilmu – Ilmu Sosial lainnya"* Jakarta, Kencana, 2004, hal. 122.

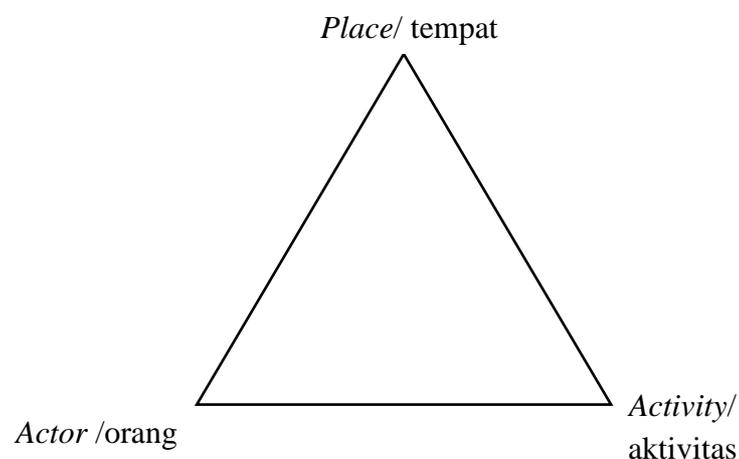
penelitian ini data yang dimaksud adalah fakta lapangan berupa ucapan dan perilaku dari pedagang dan pembeli.

- b. Data Sekunder, merupakan sumber data yang tidak langsung yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder penelitian ini adalah profil dan data jumlah pedagang konveksi di pasar Johar Semarang

3. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.²⁰ Dalam penelitian populasi yang diteliti adalah semua pedagang konveksi yang ada di pasar Johar Semarang, berjumlah 1194 pedagang. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari pedagang konveksi, yaitu 10% dari populasi. Hal ini berdasarkan pendapat Isaac dan Michael untuk tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%.

Pada penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan "*social situation*" atau situasi social yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (place), pelaku (actors), dan aktivitas (activity) yang berinteraksi secara sinergis.



²⁰ Op.,Cit., hlm. 131

Situasi Sosial (*Social Situation*)

Peneliti melakukan pengamatan secara mendalam tentang sistem penawaran yang dilakukan oleh para pedagang konveksi di pasar Johar Semarang.

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi ditransferkan ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, atau partisipan, dan informan dalam penelitian.²¹

4. Metode Mengumpulkan Data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan yaitu:

a. Observasi

Yaitu metode yang digunakan dengan cara melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.²² Yang dalam penelitian ini adalah seluruh aktivitas jual beli pedagang konveksi di pasar Johar Semarang. Salah satunya dengan cara peneliti ikut serta dalam aktivitas jual beli tersebut (*observasi partisipan*).

²¹ Prof. Dr. Sugiyono, "Memahami Penelitian Kualitatif", Bandung: ALFABETA, 2012, hlm. 49-50

²² Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, "Metode Penelitian Survei", Jakarta: LP3ES, 1989, hlm. 60

b. Wawancara

Yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya-jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan.²³ Dalam penelitian ini peneliti mengadakan wawancara dengan mengadakan wawancara dengan pedagang, pembeli dan dinas pasar sebagai objek penelitian.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis, yakni metode yang mencoba menggambarkan data yang ada sehingga diperoleh suatu gambaran secara menyeluruh. Dalam hal ini yang akan dideskripsikan adalah hal-hal yang berhubungan dengan sistem penawaran pedagang konveksi di pasar Johar Semarang dan menganalisisnya dengan Hukum Islam.

Selanjutnya untuk memberi penafsiran yang akurat pada fakta-fakta yang ditemukan dilakukan verifikasi terhadap data. Dalam penelitian ini penulis memverifikasi bagaimana pandangan hukum Islam terhadap mekanisme penawaran pedagang konveksi di pasar Johar Semarang.

²³ M Burhan Bungin, "Metodologi Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi dan Publik serta Ilmu Sosial lainnya" Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, hlm. 108

F. Sistematika Penulisan

Dengan maksud agar dalam penyusunan skripsi ini dapat sistematis dan terfokus pada satu pemikiran. Maka penulis sajikan sistematika pembahasan sebagai gambaran umum penulisan skripsi ini.

Bagian awal yang berisi tentang halaman sampul, halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman deklarasi, halaman abstrak, halaman kata pengantar, halaman persembahan, halaman motto, dan daftar isi.

Bagian isi yang didalamnya merupakan laporan dari proses dan hasil penelitian. Bagian ini terdiri dari lima bab dengan klasifikasi sebagai berikut:

Bab *pertama*, Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah yang merupakan pemaparan pemunculan masalah yang ada di lapangan dan akan diteliti. Rumusan masalah adalah penegasan masalah yang akan diteliti lebih detail yang telah dipaparkan dalam latar belakang. Tujuan dan manfaat penelitian merupakan sesuatu yang akan dicapai peneliti maupun objek penelitian. Tinjauan pustaka sebagai penelusuran terhadap literatur yang telah ada sebelumnya dan berkaitan dengan penelitian ini. Metode penelitian berisi tentang penjelasan langkah-langkah yang akan ditempuh dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Sistematika pembahasan merupakan upaya mensistematikan penulisan karya ilmiah ini.

Bab *kedua*, Tinjauan Umum Tentang Sistem Penawaran Dan Teori Harga Dalam Ekonomi Islam. Dalam bab ini berisi tentang sistem penawaran, pengertian dan dasar hukum harga, dan pandangan ulama tentang penetapan harga.

Bab *ketiga*, Gambaran Umum Objek Penelitian Dan Sistem Penawaran Pedagang Konveksi Di Pasar Johar Semarang. Dalam bab ini penyusun membagi atas empat sub-bab. Yaitu pada sub-bab pertama penulis menjelaskan Sejarah berdirinya pasar Johar dan profil pasar Johar Semarang. Sub-bab yang kedua menjelaskan secara detail praktek jual beli pedagang konveksi di pasar Johar Semarang. Sub-bab yang ketiga menjelaskan tentang mekanisme penawaran pedagang konveksi di pasar Johar Semarang. Sub-bab yang keempat menjelaskan tentang unsur provokatif dalam sistem penawaran di pasar Johar Semarang.

Bab *keempat*, yang berisi tentang Analisa dan Penilaian Terhadap Sistem Penawaran Pedagang Konveksi Di Pasar Johar Semarang. Yaitu menganalisa mekanisme penawaran pedagang konveksi di pasar Johar Semarang, menganalisa unsur provokatif pedagang konveksi di pasar Johar Semarang, kemudian dianalisa menurut pandangan hukum Islam.

Bab *kelima*, penutup merupakan bab akhir dari penulisan skripsi ini yang berisi tentang kesimpulan yang merupakan hasil analisa serta penilaian dari hasil penelitian dan saran-saran untuk kemajuan objek yang diteliti.

Daftar pustaka, merupakan rujukan yang berupa buku, kitab, skripsi dan yang lainnya yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini oleh penyusun.

Lampiran, yang terdiri dari pedoman wawancara, surat izin penelitian skripsi, kurikulum vitae.