

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori Tentang Jual Beli Sistem Tebas

1. Pengertian Jual Beli Dengan Sistem Tebas

a. Pengertian jual beli

Menurut bahasa jual beli adalah pertukaran sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata lain dari al bai' adalah asy-syira', al-mubadah, dan at-tijarah. berkenaan dengan kata at-tijarah, dalam al quran surat fatir ayat 29 yang berbunyi

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا

مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anuge- rahkan kepada mereka dengan diam- diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi,”¹

Secara etimologi jual beli dapat diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan sesuatu (yang lain). Namun secara terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikan jual beli tersebut (Rachmat Syafei, 2004).

¹ Al –Quran surat al Fathir ayat 29.

Sedangkan menurut istilah jual beli para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikan.

1. Menurut ulama Hanafiyah

Jual beli adalah Pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).

2. Menurut Imam Nawawi

Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.

3. Menurut Ibnu Qudamah

Jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk saling menjadi milik.²

b. Pengertian jual beli secara tebas

dimasyarakat Grajegan ini, taksiran yang dilakukan adalah dengan sistem tebasan yang dilakukan oleh pedagang dengan cara memborong semua hasil panennya, sebelum dipanen yang dilakukan dengan cara mendatangi sawah dan mengitari petakan sawah kemudian dengan mencabut beberapa sampel padi atau rumput ketela dari akarnya yang digunakan sebagai sampel untuk memperkirakan jumlah seluruh hasil panen padi atau ketela yang masih di sawah. Karena kualitas dan kuantitas padi dan ketela belum tentu jelas kebenaran perhitungannya karena tanpa penimbangan yang

²Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah (edisi revisi)*, Bandung: Alfa Beta Bandung, 2014, hlm. 142.

sempurna. Dan kemudian dari cara ini transaksi sudah bisa dilakukan.

Dalam melakukan perjanjian jual beli dengan sistem tebasan tersebut, masyarakat sekitar sering tidak menuliskannya dalam surat perjanjian, yang mana surat perjanjian tersebut dapat difungsikan sebagai bukti otentik didepan pengadilan saat salah satu pihak melakukan wanprestasi.³ yang berujung keada perselisihan dan pertengkaran. Masyarakat Grajegan banyak yang melakukan jual beli dengan sistem tebasan tersebut secara lisan. Hal ini didasarkan oleh prinsip saling percaya antara penebas dan pemilik sawah.

c. Syarat jual beli

Terdapat empat macam syarat dalam jual beli, yaitu syarat terjadinya akad, syarat sah akad, syarat terlaksanakannya akad, syarat “*Luzum*”. Secara umum tujuan adanya semua syarat tersebut antara lain untuk menghindari prtentangan diantara manusia, menjaga kemaslahatan orang yang sedang akad, menghindari jual beli yang “*gharar*” (terdapat unsur penipuan). Menurut ulama syafi’iyah syarat jual beli oleh produk berkaitan dengan 3 hal yaitu:

³Wanprestasi adalah tidak memenuhi kewajiban yang telah ditetapkan dalam perikatan yang telah timbul karena perjanjian maupun perikatan yang timbul karena undang-undang. Baca: Abdulkadir Muhammad, Op.Cit, hlm.20.

1. Syarat *Aqid*

- a. Dewasa atau sadar.

Aqid harus baliq dan berakal, menyadari dan mampu memelihara agama dan hartanya.

- b. Tidak dipaksa atau tanpa hak.

Jual beli yang dilakukan tanpa paksaan dan dilakukan oleh orang yang memiliki hak.

- c. Islam.

- d. Pembeli bukan musuh.

Umat islam dilarang menjual barang. Khususnya senjata, kepada musuh yang akan digunakan untuk memerangi dan menghancurkan orang muslim.

2. Syarat *siqhat*

- a. Berhadap-hadapan. Pembeli atau penjual harus bertemu disatu tempat.

- b. Ditujukan pada seluruh badan yang akad. Tidak sah mengatakan, "Saya menjual barang ini kepada kepala atau tangan kamu."

- c. Qabul diucapkan oleh orang yang dituju dalam ijab.

- d. Orang yang mengucap qabul harus orang yang diajak bertransaksi.

- e. Harus menyebutkan barang atau harga.

3. Syarat *Mau'qud'alaih* (barang)

- a. Suci;
- b. Bermanfaat;
- c. Dapat diserahkan;
- d. Barang milik sendiri atau menjadi wali orang lain;
- e. Jelas dan diketahui oleh kedua orang yang melakukan akad;⁴

d. Perbedaan jual beli tebas didusun Grajegan dengan jual beli tebas didaerah lain

Perbedaan jual beli didusun Grajegan dengan desa lainnya salah satunya adalah cara pembayaran, dimana diusun Grajegan cara yang dilakukan penebas untuk membayar hasil dari panen petani dengan cara panjer dimana cara ini adalah dengan bertemu dengan petani di rumah dan mendiskusikan harga-harga yang cocok untuk hasil panennya, kemudian penebas menentukan harga yang dil untuk hasil panennya yang sebelumnya sudah dianggakan atau diperhitungkan oleh penebas, setelah itu penebas memberi uang muka atau uang panjer kepada petani diusun Grajegan kemudian sisa dari uang hasil panen akan dibayarkan kembali oleh penebas bila padi atau hasil panen tersebut sudah dipetik.

⁴Dr.H. Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah (edisi revisi)*, Bandung: Alfa Beta Bandung, 2014, hlm. 143-149.

Sedangkan jual beli yang sama yang dilakukan didusun Grajegan dengan desa lainnya, contohnya desa dikabupaten Pati khususnya didesa Kepoh kencono dimana desa tersebut juga sering melakukan jual beli dengan sistem tebas, bahkan mayoritas penduduk sana memakai sistem tersebut untuk menjual hasil panennya, tetapi beda halnya dengan jual beli dengan sistem tebas yang dilakukan didusun Grajegan, didesa Kepoh ini cara pembayaran dalam jual beli ini adalah dengan Cash dimana setiap penebas yang membeli hasil panen dari masyarakat desa Kepoh akan membayar langsung ketika sedang terjadinya transaksi atau tawar menawar, yang sebelumnya penebas sudah mendatangi lahan persawahan yang kemudian untuk meencari tahu tentang kualitas dan kuantitas hasil dari panen tersebut, setelah itu penebas mendatangi petani kerumah untuk menanyakan harga yang cocok untuk hasil panennya tersebut setelah kedua belah pihak setuju dengan harga yang ditawarkan kemudian terjadilah transaksi jual beli dan pada saat itu juga penebas membayar uang Cash dari hasil tebasan tersebut.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa perbedaan yang terjadi antara dusun Grajegan dengan Desa Kepoh adalah cara pembayaran dari masing-masing desa, yang

satu dengan menggunakan sistem Panjar dan yang satu nya dengang menggunakan sistem Cash.

2. Teori tentang produk dalam jual beli

Produk, harga, merupakan variabel-variabel yang diawasi dan disusun oleh perusahaan dalam memuaskan kelompok atau target (konsumen). Variabel produk, harga, dan promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*).

Produk didefinisikan dengan sifat-sifat fisik, berat, ukuran, dan material⁵. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan utuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu barang fisik, jasa, dan gagasan. Produk juga mempunyai arti kata barang-barang fisik maupun jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Dalam istilah marketing, produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan⁶.

Mc. Carty mendefinisikan produk adalah suatu tawaran dari sebuah perusahaan yang memuaskan atau memenuhi kebutuhan. Selanjutnya Kotler mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan ataupun

⁵Wareen J. Kegaan, *Manajemen Pemasaran Global*, cet. 2, Jakarta: PT Macana Jaya Cemerlang, 2007, hlm. 76

⁶Jeff Madura, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Salemba, 2001, hlm. 393

dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan⁷. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk adalah koleksi sifat-sifat fisik, jasa dan simbolik yang menghasilkan kepuasan, manfaat bagi seorang pengguna atau pembeli.

Konsep produk merupakan bentuk tawaran produsen baik tangible (barang) maupun intangible (jasa) untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Dengan demikian konsep dasar produk adalah segala sesuatu yang bernilai dapat ditawarkan kepasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Dari konsep ini, ada tiga aspek yang dianggap penting:

1. Sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan *need* (kebutuhan) atau *want* (keinginan) target pasar.
2. Barang, jasa, ide, kegiatan, tempat, pengalaman, peristiwa, atau informasi.
3. Manfaat yang diperoleh dari produk⁸.

Produk dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu:

- a. Produk konsumen

Produk konsumen adalah apa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumen pribadi. Pemasar

⁷Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001, hlm. 139-140.

⁸Suwanto, *manajemen pemasaran syariah*, Semarang: Karya abadi jaya, 2015, hlm. 25-26.

biasanya mengklasifikasikan lebih jauh barang-barang ini berdasarkan pada cara konsumen membelinya. Produk konsumen mencakup produk sehari-hari, produk shopping, produk khusus, dan produk yang tidak dicari. Berbagai produk ini mempunyai perbedaan dalam cara konsumen membelinya, oleh karena itu produk tersebut berbeda dalam cara pemasarannya.⁹

Produk sehari-hari adalah produk dan jasa konsumen yang pembelinya sering, seketika hanya sedikit membanding-bandingkan, dan usaha membelinya minimal. Biasanya harga produk ini rendah dan tempat penjualannya tersebar luas. Contohnya sabun, permen dan surat kabar. Produk sehari-hari dapat dibagi lebih lanjut menjadi produk kebutuhan pokok, produk implus, dan produk keadaan darurat. Produk kebutuhan pokok dibeli konsumen secara teratur, seperti kecap, pasta gigi, atau kue. Produk implus dibeli konsumen dengan sedikit perencanaan atau usaha untuk mencari. Produk ini biasanya dijual di banyak tempat. Karenanya, permen dan majalah ditempatkan disebelah kasir di banyak toko, karena mungkin tidak terpikir oleh pembelanja untuk membeli. Pelanggan membeli produk keadaan darurat ketika mereka segera membutuhkan payung ketika hujan

⁹Thamrin, Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014, hlm. 155

lebat, atau sepatu boot dan sekop ketika badai salju turun pertama kali dimusim dingin. Pembuat produk untuk keadaan darurat menempatkan produknya di banyak tempat penjualan agar siap dibeli ketika pelanggan membutuhkannya.

Produk shopping adalah produk konsumen yang lebih jarang dibeli, sehingga pelanggan membandingkan dengan cermat kesesuaian, mutu, harga, dan gayanya. Ketika membeli produk shopping, konsumen menghabiskan banyak waktu dan usaha mengumpulkan informasi dan membanding-bandingkan. Contohnya mebel, pakaian, mobil bekas, dan alat rumah tangga utama. Produk shopping dapat dibagi menjadi produk *homogen* dan *heterogen*. Pembeli memandang produk shopping homogen, seperti alat rumah tangga utama, mempunyai mutu sama tetapi harganya cukup berbeda maka perlu dibuat perbandingan. Penjual harus menawarkan dengan pembeli. Akan tetapi, kalau berbelanja produk heterogen seperti pakaian dan mebel, pelanggan biasanya memandang sifat produk lebih penting ketimbang harga. Bila pembeli ingin membeli jas baru, potongan, kerapian, dan penampilan tampaknya lebih penting ketimbang sedikit perbedaan harga. Oleh karena itu, seorang penjual produk shopping heterogen harus menyediakan banyak pilihan untuk memuaskan selera

individual dan harus mempunyai wiraniaga terlatih untuk memberikan informasi dan saran kepada pelanggan.¹⁰

Produk khusus adalah produk konsumen dengan karakteristik unik atau identifikasi merek yang dicari oleh kelompok besar pembeli sehingga mereka bersedia melakukan usaha khusus untuk membeli. Contohnya, meliputi merek dan jenis mobil, peralatan fotografi yang mahal, dan pakaian pria yang dibuat khusus. Sebuah Roll-Royce, misalnya, adalah produk khusus karena pembeli biasanya bersedia melakukan perjalanan jauh untuk membelinya. Pembeli biasanya tidak membandingkan produk khusus. Investasi mereka hanya berupa waktu yang diperlukan untuk mendatangi agen penjual produk yang diinginkan itu. Walaupun agen ini tidak memerlukan lokasi yang nyaman, mereka tetap harus memberi tahu pembeli bagaimana menemukan tempat itu.

Produk yang tidak dicari adalah produk konsumen yang keberadaannya tidak diketahui oleh konsumen atau walaupun diketahui, biasanya tidak terpikir untuk membelinya. Kebanyakan inovasi besar tidak dicari sampai konsumen menyadarinya lewat iklan. Contoh klasik mengenai produk yang diketahui tidak

¹⁰*Ibid*, hlm. 156

dicari adalah asuransi jiwa dan donor untuk Palang Merah. Menurut sifatnya, produk yang tidak dicari membutuhkan iklan gencar, penjualan pribadi, dan usaha pemasaran yang lain. Beberapa metode penjualan pribadi paling mutakhir dikembangkan karena tantangan untuk menjual produk yang tidak dicari.

b. Produk Industri

Produk industri adalah barang yang dibeli untuk diproses lebih lanjut atau untuk dipergunakan dalam menjalankan bisnis. Jadi, perbedaan antara produk konsumen dengan produk industri didasarkan pada tujuan produk tersebut dibeli. Bila seorang konsumen membeli sebuah mesin pemotong rumput untuk dipergunakan disekitar rumahnya, mesin pemotong rumput itu adalah produk konsumen. Bila konsumen yang sama membeli mesin pemotong rumput yang sama untuk dipergunakan dalam bisnis pertamanan, mesin pemotong rumput tadi termasuk produk industri.¹¹

Terdapat tiga kelompok produk industri, yaitu bahan dan suku cadang, barang modal, serta perlengkapan dan jasa. Bahan dan suku cadang adalah produk industri yang menjadi bagian produk pembeli, lewat pengelolaan lebih lanjut atau sebagai komponen.

¹¹*Ibid*, hlm. 157

Termasuk disini bahan baku, bahan jadi dan suku cadang.

Termasuk dalam bahan baku adalah produk pertanian(gandum, kapas, buah-buahan, sayur-sayuran) dan produk alami (ikan, kayu, minyak mentah, bijih besi). Produk pertanian dipasok oleh banyak produsen kecil yang menjual kepada perantara pemasaran yang mengolah dan menjualnya. Produk alam biasanya dijual dalam jumlah besar dan nilai per unitnya rendah serta membutuhkan banyak transportasi untuk memindahkannya dari produsen kepada pemakai. Produk ini dipasok oleh produsen yang lebih sedikit dan lebih besar, yang cenderung memasarkannya langsung kepada pemakai industri.

Bahan jadi dan suku cadang mencakup komponen (besi, benang, semen, kawat) dan komponen suku cadang (motor kecil, ban, cetakan). Bahan komponen biasanya diproses lebih lanjut, misalnya besi tua dibuat menjadi baja dan benang ditenun menjadi kain. Suku cadang komponen masuk dalam produk jadi sepenuhnya tanpa perubahan lebih lanjut dalam bentuk, seperti kalau Hoover memasukkan motor kecil ke dalam penyedot debunya dan General Motors memasang ban pada mobil buatannya. Kebanyakan bahan jadi dan suku cadang yang dijual langsung kepada pemakai industri.

Harga dan servis merupakan faktor pemasaran utama penetapan merek dan iklan cenderung kurang penting.

Barang modal adalah produk industri yang membantu produksi atau operasi pembeli. Termasuk dalam kategori ini adalah barang yang dibangun dan peralatan tambahan. Barang yang dibangun terdiri dari bangunan (pabrik, kantor) dan peralatan tetap (generator, mesin, komponen besar, elevator). Karena harga barang yang dibangun tinggi, biasanya barang-barang ini dibeli langsung dari produsen setelah melewati periode panjang mengambil keputusan.¹²

Termasuk dalam kategori peralatan tambahan adalah mesin dan peralatan pabrik yang dapat dipindah-pindahkan (peralatan tangan, truk lift) dan peralatan kantor (mesin fax, meja). Barang-barang ini mempunyai umur lebih pendek ketimbang barang yang dibangun dan hanya sekedar membantu dalam proses produksi. Kebanyakan penjual peralatan tambahan menggunakan peralatan karena pasarnya tersebar luas secara geografis, pembelianya banyak, dan pmasarannya kecil.

Perlengkapan dan jasa adalah produk industri yang sama sekali tidak memasuki produk akhir. Termasuk dalam perlengkapan adalah perlengkapan operasi(pelumas, batu bara, kertas, komputer, pensil)

¹²*Ibid*, hlm. 158

dan barang-barang untuk memperbaiki serta memelihara (cat, paku, sapu). Perlengkapan adalah berbagai produk pembantu dari bidang industri karena biasanya dibeli dengan usaha dan perbandingan minimal. Termasuk dalam jasa *service* adalah pemeliharaan dan perbaikan (membersihkan jendela, perbaikan komputer) dan jasa pemberian sarana bisnis (hukum, konsultasi manajemen, iklan). Jasa ini biasanya diberikan berdasarkan pada kontrak. Jasa pemeliharaan sering kali ditawarkan oleh produsen kecil, dan jasa perbaikan sering kali disediakan oleh pabrik pembuat peralatan.¹³

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam skripsi yang penulis buat termasuk dalam produk konsumen, karena produk yang ditawarkan adalah hasil pertanian dan hasil pertanian adalah termasuk dari produk konsumen sehari-hari.

3. Teori tentang harga

Selain merancang produk, perusahaan juga harus menetapkan harga secara benar. Penentuan harga harus mempertimbangkan berbagai jenis kompetensi dalam pasar target dan biaya keseluruhan. Harga adalah uang yang dibayarkan atas suatu barang atau layanan yang diterima. Mengingat daftar harga yang sering menjadi pusat perhatian

¹³Dr. Thamrin Abdullah dan Dr. Francis Tantri, manajemen pemasaran, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014, hlm. 155-158.

saat membeli barang atau layanan. Dalam kamus bahasa Indonesia arti kata harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang¹⁴.

Dalam menentukan harga, perusahaan harus mengutamakan nilai keadilan. Jika kualitas produknya bagus, harganya tentu bisa tinggi. Sebaliknya jika seorang telah mengetahui keburukan yang ada dibalikproduk yang ditawarkan, harganya pun harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut¹⁵. Menurut Kotler harga adalah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengonsumsian, penggunaan, atau kepemilikan barang atau jasa¹⁶. Jadi harga tidak selalu berbentuk uang karena harga bisa berbentuk barang, tenaga, waktu, dan keahlian.

Penetapan harga sebenarnya merupakan masalah yang sangat rumit dan sulit, karena dalam penetapan harga akan melibatkan tujuan dan pengembangan struktur penetapan harga yang tepat. Penetapan tingkat harga biasanya dilakukan dengan beberapa pertimbangan serta mencermati fakto-faktor yang memengaruhi keputusan penetapan harga, termasuk keputusan terhadap perubahan harga agar bisa diterima target pasar. Tindakan yang harus dipertimbangkan adalah (1)

¹⁴Dedy Sugiyono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008, hal. 524

¹⁵Hermawan Kartajaya, *Syari'ah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006, hal. 178

¹⁶Jeff Madura, *Op., cit*, hal. 393

estimasi permintaan dan elastisitas harga (2) mengantisipasi reaksi persaingan, (3) pangsa pasar yang dapat diharapkan dan (4) kebijakan pemasaran¹⁷.

Dalam pasar produk atau barang yang telah mapan, tingkat harga umum telah terbentuk secara historis, dalam pengertian bahwa harga tersebut terbentuk untuk waktu yang telah cukup lama. Dengan demikian, bisa dinyatakan bahwa tingkat harga umum yang telah terjadi dipasar yang telah mapan tersebut adalah tingkat harga yang memenuhi tujuan pimpinan harga atau perusahaan-perusahaan secara umum. Dalam pasar yang telah mapan, tingkat harga umum bisa dinaikkan atau diturunkan oleh pimpinan harga atau perusahaan-perusahaan secara umum jika perubahan tersebut dianggap perlu. Perubahan harga tersebut bisa dilakukan oleh setiap perusahaan atau orang dengan cara menambahkan tingkat markup biasanya terhadap biaya langsung yang baru.

¹⁸

Dalam presepsi ekonomi Islam harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan (ba'ena an-tarodim minkum). Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingannya atas barang tersebut. Jadi harga ditentukan

¹⁷Warren Kegaan, *Op.cit.*, hal. 98

¹⁸Lincoln Arsyad, *Ekonomi Manajerial*, Yogyakarta, BPFE, 2014, Hlm. 407-408.

oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga tersebut dari penjual.

Dalam sejarah Islam masalah penentuan harga dibebaskan berdasarkan persetujuan khalayak masyarakat. Rasulullah SAW sangat menghargai harga yang terjadi karena mekanisme pasar yang bebas dan menyuruh masyarakat muslim untuk mematuhi peraturan ini. Beliau menolak untuk membuat kebijakan penetapan harga manakala tingkat harga di Madinah pada saat itu tiba-tiba naik. Sepanjang kenaikan terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran yang murni dan wajar, yang tidak dipaksa atau tekanan pihak tertentu (tekanan monopolistik), maka tidak ada alasan untuk tidak menghormati harga pasar. Kholifah Umar bin Khattab juga melarang mematok harga karena Rasulullah SAW melarang mematok harga. Diriwayatkan oleh Ashhaabus Sunan, dari Anas r.a., ia berkata, “Orang-orang bertanya kepada Rasulullah SAW, wahai Rasulullah SAW, wahai Rasulullah SAW, harga semakin melambung tinggi, maka hendaknya Tuan mematok harga untuk kami.” Maka Rasulullah menjawabnya, “sesungguhnya Allah-lah Yang Maha menentukan harga, yang menggenggam dengan tidak memberi, yang memberi, yang mengaruniai rezeki. Sesungguhnya aku berharap agar Allah yng memberi (patokan), dan bukan salah seorang di antara kalian yang

memintaku agar aku berbuat zalim baik terhadap darah(nyawa) maupun harta benda.¹⁹

Seperti Q.S An Nisa' ayat 29 dibawah ini yang menjelaskan mengenai teori harga yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ
اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

B. Kajian Teori Tentang Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

1. Pengertian kesejahteraan menurut pandangan Islam

Kesejahteraan berasal dari kata dasar sejahtera, aman sentosa dan makmur, selamat(terlepas dari segala macam gangguan, kesukaran, dan sebagainya). Kesejahteraan merupakan hal atau keadaan sejahtera, keamanan,

¹⁹Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Surakarta, Erlangga, 2012, hlm. 169-170.

keselamatan, ketentraman, kesenangan hidup, dan sebagainya²⁰

Sunarjan (1991) mengemukakan bahwa pembangunan nasional yang dilakukan di Indonesia berusaha untuk meningkatkan laju pertumbuhan di sektor industri, sehingga diharapkan adanya keseimbangan antara sektor pertanian dan sektor industri. Industri sebagai salah satu strategi pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah. Pembangunan industri merupakan upaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, yaitu mencapai kualitas kehidupan yang lebih baik. Pembangunan industri tidak hanya mencapai kegiatan mandiri saja, tetapi mempunyai tujuan pokok untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat disekitarnya. Taraf hidup dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti yang dikutip dari Sunarjan (1991) kehadiran industri berakibat pada perubahan sosial ekonomi yang meliputi kegiatan ekonomi, psikis dan relasi sosial.

Kebijakan dimasud dituangkan dalam Instruksi Presiden (Inpres) berupa penetapan harga pembelian pemerintah (HPP). Inpres No. 3 tahun 2012 memuat ketentuan kenaikan harga pembelian pemerintah (HPP) untuk gabah kering panen (GKP) sebesar Rp. 3.300,- per kilogram di tingkat petani (semula Rp. 2.640,-), gabah kering giling (GKG) di

²⁰Depdiknas, *kamus bahasa indonesia*, Jakarta:pusat bahasa, 2008,hlm.1284.

penggilingan padi Rp. 3.300,- per kilogram menjadi Rp. 4.150,- per kilogram. Sedangkan untuk beras naik dari Rp. 5.060,- per kilogram menjadi Rp. 6.600,- per kilogram di gudang perum bulog (bulog 2012)

Tingkat produksi padi nasional yang cukup tinggi, penetapan kenaikan harga pembelian pemerintah (HPP) tersebut tentu sangat ditunggu petani karena membayangkan kesejahteraan mereka akan ikut naik. Namun jika melihat pengalaman tahun 2009 produksi nasional memecahkan rekor selama beberapa dekade sebesar 63,84 juta ton gabah kering giling (GKG), tetapi angka nilai tukar petani (NTP) adalah angka perbandingan antara indeks harga yang diterima petani dengan indeks harga yang dibayar petani yang dinyatakan dalam presentase, nilai tukar petani terhadap tanaman pangan Agustus 2009 hanya sebesar 95,04 artinya, petani tidak memperoleh profit dari usaha tani karena seluruh pendapatan habis menjadi modal usaha tani. Hal ini disebabkan akibat harga argo input seperti pupuk, benih, pestisida, dan sewa alat mesin pertanian mengalami peningkatan sehingga mengakibatkan kenaikan indeks biaya yang dibayar oleh petani dan menurunkan indeks biaya yang diterima dari usaha tani padi. Kenyataan ini mengindikasikan bahwa

pembangunan pertanian dalam upaya peningkatan kesejahteraan petani belum sepenuhnya berhasil.²¹

Pembangunan pertanian dilaksanakan untuk mewujudkan peningkatan ketahanan pangan dan peningkatan kesejahteraan petani, sehingga pemerintah mempunyai kewajiban untuk menjamin ketersediaan pangan terutama beras, melalui berbagai langkah kebijakan. Disamping itu dalam rangka mengurangi beban penderitaan petani, kebijakan perberasan di Indonesia hendaknya harus melingkupi bukan hanya pada persoalan-persoalan produksi beras.

2. Cara pengelolaan kesejahteraan

Kemakmuran masyarakat harus diartikan dalam dua konteks yaitu dari segi produsen (petani) dan dari segi konsumen (penebas). Dari segi petani produsen pola usaha tani yang dikembangkan hendaknya mampu meningkatkan kesejahteraannya dengan mendapatkan harga yang layak bagi produk pertanian yang dihasilkan. Dari segi konsumen (penebas) hendaknya mendapatkan harga yang terjangkau sesuai dengan harga dan hasil panen yang dikehendaki mereka. Dengan kondisi demikian maka sistem pemasaran hasil pertanian harus dilaksanakan dengan sistem yang juga efisien sehingga menguntungkan bagi petani dan penebas. Seperti yang telah dijelaskan oleh UUD tahun 1945 pasal 33

²¹Toto, Subandriyo, *pasang surut kesejahteraan petani: suara merdeka* edisi cetak, 21 Januari, 2010.

ayat 3 yang berbunyi:” bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat” dan ayat 4 yang berbunyi:” perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsipkebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonominasional.”

Adapun cara untuk menilai tingkat kesejahteraan suatu masyarakat adalah salah satunya dengan mengeluarkan zakat dimana dengan cara tersebut seseorang dapat dinilai sudah sejahtera atau belum menurut dari sisi Islam.

a. Pengertian zakat

Zakat merupakan ibadah dan kewajiban sosial bagi para *aghniya'* (hartawan) setelah kekayaannya memenuhi batas minimal (nishab) da rentang waktu setahun (*haul*). Tujuannya adalah untuk mewujudkan pemerataan keadilan dalam ekonomi. Sebagai salah satu aset, lembaga, ekonomi Islam, zakat merupakan sumber dana potensial strategi bagi upaya membangun kesejahteraan ummat.karena itu al Qur'an memberi rambu agar zakat yang dihimpun disalurkan kepada *mustahiq* (orang yang benar benar berhak menerima zakat).

Menurut Umar bin al-Khattab, zakat disyariatkan untuk merubah mereka yang semula *mustahiq* (penerima) zakat menjadi *muzakki* (pemberi / pembayar zakat).

b. Macam macam zakat

1. Zakat fitrah

Secara harfiah artinya bersih, meningkat, dan berkah. Secara istilah, zakat adalah sebagian (kadar) harta dari harta yang memenuhi syarat minimal (nisab) dan rentang waktu satu tahun (haul) yang menjadi hak dan diberikan kepada *mustahiq* (penerima zakat).

2. Zakat Mal

Zakat Mal meliputi zakat rofesi (binatang ternak, seperti unta, sapi, kerbau, dan kambing), zakat emas, zakat makanan yang mengenyangkan dan sejenisnya, zakat buah buahan. Dasar umum dari firman Allah berikut ini :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ
وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ
وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ



Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Jadi selama usaha yang dilakukan adalah usaha yang baik dan halal, maka Penghasilannya seanjang telah memenuhi nisab (batas minimal) dan haul (satu tahun) maka wajib dizakati. ²²

Adapun ayat Al-Quran surat Al Israa' yang berkaitan dengan pengelolaan kesejahteraan sebagai berikut:

وَأَتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا

تُبَذَّرَ تَبْذِيرًا ﴿٦٦﴾

Artinya: “ dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.”

²² Ahmad Rofiq, *fiqih kontekstual*, Yogyakarta : pustaka pelajar Offset, 2004, hlm.259 265.

C. Pengukuran tingkat kesejahteraan masyarakat melalui pengeluaran zakat

1. Pengertian zakat

Zakat merupakan ibadah dan kewajiban sosial bagi para *aghniya'* (hartawan) setelah kekayaannya memenuhi batas minimal (*nishab*) da rentang waktu setahun (*haul*). Tujuannya adalah untuk mewujudkan pemerataan keadilan dalam ekonomi. Sebagai salah satu aset, lembaga, ekonomi Islam, zakat merupakan sumber dana potensial strategi bagi upaya membangun kesejahteraan ummat.karena itu al Qur'an memberi rambu agar zakat yang dihimpun disalurkan kepada *mustahiq* (orang yang benar benar berhak menerima zakat).²³

Menurut umar bin khathab, zakat disyari'atkan untuk merubah mereka yang semula *mustahiq* (penerima) zakat menjadi *muzakki* (pemberi / pembayar zakat).

2. Syarat-syarat zakat pertanian

Untuk zakat biji-bijian dan buah-buahan harus dienuhi dua syarat yaitu :

- a. sudah mencaai batas *nisab*, sebagaimana telah diriwayatkan oleh al-Jama'ah yaitu satu *wisq* setara dengan enam puluh *sba'* yakni gantang yang digunakan di jaman Nabi yang ukurannya sama dengan empat *hafanah*. Ukuran satu *hafanah* adalah dua telaak tangan

²³ Syaikh shaleh bin Fauzan bin Abdullah al Fauzan, Mulakhkhas Fiqih, Pustaka Ibnu Karsir, 2011, hlm. 541.

yang digunakan dari orang-orang yang berpostur tubuh sedang.

- b. Nisab tersebut sudah dalam keemilikannya saat zakat wajib dikeluarkan.
 - c. Apabila nisab tersebut baru dimiliki sesudah masa tersebut, ia tidak wajib mengeluarkan zakat. Misalnya ia membeli komoditi zakat itu, atau mendapatkannya sebagai hasil uah memanen atau menemukannya di jalan.
3. Porsi zakat pertanian

Sementara ukuran zakat yang wajib dikeluarkan dalam zakat biji-bijian dan buah-buahan berbeda-beda, tergantung kepada media yang digunakan sebagai pengairannya. Apabila pengairannya tidak membutuhkan biaya pengairan, seperti sawah tadah hujan atau diairi dengan sisi banjir, atau yang mengisap air tanah dengan akar-akarnya sendiri seperti umbi-umbian. Zakat yang wajib dikeluarkan adalah seperpuluh, berdasarkan riwayat dalam shabiib al Bukhori, dari Ibnu Umar yang menjelaskan bahwa tanaman yang tadah hujan atau terairi oleh mata air, atau mencri air dengan akarnya, zakatnya adalah seperpuluhnya.

4. Waktu dikeluarkannya zakat pertanian

Waktu diwajibkannya zakat biji-bijian adalah saat sudah mengeras, sementara buah-buahan saat sudah layak dipetik. Yakni sudah berwarna merah atau kuning. Kalaupun dijual

setelah itu, zakat itu tetap wajib dikeluarkan oleh penanam, bukan oleh pembeli.²⁴

Zakat pertanian hanya diambil dari hasil pertanian yang dapat ditakar dan disimpan dalam waktu lama. Zakat hanya wajib dikeluarkan dari tumbuhan yang dapat ditakar dan disimpan dalam waktu lama, seperti biji-bijian dan buah-buahan. Sementara yang umumnya tidak ditakar dan tidak bisa disimpan dalam waktu lama, tidak wajib dikeluarkan zakatnya, seperti buah kelapa, apel, peach, jambu dan delima.

Yang digunakan sebagai tolak ukur zakat di sini adalah takaran (bukan timbangan, volume, maupun bobot). Maka itu menunjukkan bahwa komoditi tanaman yang tidak ditakar dan tidak dapat disimpan, tidak wajib dikeluarkan zakatnya.

Dalam meningkatkan produktivitas petani didusun Grajegan dapat diketahui dari hasil wawancara penulis dengan informan(petani), berikut wawancara dengan petani mengatakan bahwa “peningkatan produktivitas usaha tani dimulai dengan pengelolaan lahan pertanian yang baik, pemupukan tanaman, pengairan yang baik, dan perawatan lahan yang baik. Tetapi didusun Grajegan ini kesejahteraan masyarakat petani terutama petani yang menjual hasil panennya menggunakan sistem tebasan belum bisa dikatakan sejahtera, karena harga yang ditawarkan oleh penebas tidak sesuai dengan usaha para petani mengelola lahan persawahan

²⁴ *Ibid*, hlm 542.

dan cara pembayaran yang menggunakan sistem panjar inilah yang juga mempengaruhi petani dalam kesejahteraan masyarakat.