

**ANALISIS PERSAINGAN HARGA DALAM PERSPEKTIF  
ISLAM  
(Studi Home Industry Tenun Ikat Di Desa Wisata Atraksi Tenun  
Troso Pecangaan Jepara)**

**SKRIPSI  
Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1  
dalam Ilmu Ekonomi Islam**



**Oleh:**

**EVI SURYANINGSIH**

**NIM 1705026189**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2019**

**Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M. Ag**  
Tanjungsari 31 07/V Tambakaji Ngaliyan  
**H. Johan Arifin, S. Ag., M.M**  
Perum BPI Blok D No.1 RT 02 Rw 01 Purwoyoso Ngaliyan Semarang

---

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks  
Hal : Naskah Skripsi  
A.n. Sdri. Evi Suryaningsih

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama: Evi Suryaningsih

Nim : 1705026189

Judul : **ANALISIS PERSAINGAN HARGA DALAM PERSPEKTIF ISLAM  
(STUDI HOME INDUSTRY TENUN IKAT DI DESA WISATA  
ATRAKSI TENUN TROSO PECANGAAN JEPARA)**


Dengan ini kami telah setuju dan mohon kiranya Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.


*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 19 Juli 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Prof. Dr. Hj. Mujibatun, M.Ag**  
NIP. 19590413 198703 2 001

  
**H. Johan Arifin, S.Ag., M.M**  
NIP. 19710908 200212 1 001



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Semarang (024) 7608454 Fax 7624691 Semarang

PENGESAHAN

Nama : Evi Suryaningsih  
NIM : 1705026189  
Judul : Analisis Persaingan Harga Dalam Perspektif Islam (Studi Home Industry Tenun Ikat di Desa Wisata Atraksi Tenun Troso Pecangaan Jepara)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/ baik/ cukup pada tanggal:

29 Juli 2019


Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu/ S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.


Semarang, 29 Juli 2019

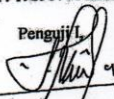
Dewan Penguji,


Ketua Sidang,


Sekretaris Sidang,

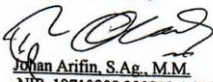
  
A. Tumudi, S.H., M.Ag.  
NIP. 19690708 200501 1 004

  
Prof. Dr. H. Siti Mujiatun, M. Ag.  
NIP. 19590413 198703 2 001

  
Penguji I,  
Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M.  
NIP. 19570913 198203 1 002

  
Penguji II,  
Heny Yuningrum, S.E., M.Si.  
NIP. 19810609 200710 2 005

  
Pembimbing I  
Prof. Dr. H. Siti Mujiatun, M. Ag.  
NIP. 19590413 198703 2 001

  
Pembimbing II  
Johan Arifin, S.Ag., M.M.  
NIP. 19710908 200212 1 001

## MOTTO

يَتَأْتِيهَا 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.”(Q.S An-Nisa ayat 29)

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta (Bapak Rustaman dan Ibu Sutamah) yang telah memberikan segalanya bagi penulis. Terima kasih atas segala kasih sayang serta do'a yang tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya. Tiada yang dapat penulis perbuat untuk membalas kebaikan Bapak dan Ibu tercinta. Hanya sekuntum do'a yang dapat penulis berikan. Jazakumullah khairakum khairal jaza', semoga Allah SWT membalas amal kebaikan mereka dengan balasan yang berlipat ganda, amin.
2. Kakak-kakakku (Nur Khasanah, Erna Zuliyanti, Ahmad Ridwan dan Ahmad Rifa'i Rahman) serta keponakanku (Alfika Aulia Mirza Ahmad, Fanny Nurul Dzihni dan Kamandaka Murobbi Mirza Ahmad) terimakasih atas motivasi, bantuan materi dan non materi yang selama ini kalian berikan, dan doa-doa terbaik yang kalian panjatkan untukku.
3. Para Guru dan Dosen yang senantiasa penulis harapkan barakah ilmunya.

4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian dengan yang lebih baik. Baik kebahagiaan di dunia maupun kebahagiaan di akhirat. Amin.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 19 Juli 2019

Deklarator,



Evi Suryaningsih

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

### A. Konsonan

ع = '	ز = z	ق = q
ب = ب	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	



## B. Vokal

َ = a

◌ِ = i

◌ُ = u

## C. Diftong

أَيُّ = ay

أَوْ = aw

## D. Syaddah (—)

*Syaddah* dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبُّ al-thibb.

## E. Kata Sandang (...ال)

Kata Sandang (...ال) ditulis dengan *al*-... misalnya الصناعة *al-shina* 'ah. Al- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

## F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya المعيشة *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

## **ABSTRAK**

Persaingan sering dikonotasikan negatif karena dianggap mementingkan kepentingan sendiri. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi pelaku pasar. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis memilih Desa Troso Pecangaan Jepara sebagai obyek penelitian. Alasannya adalah Desa Troso merupakan daerah sentra Industri tenun ikat yang ada di Kabupaten Jepara sehingga tidak menutup kemungkinan terjadinya praktek persaingan-persaingan antar produsen kain tenun ikat.

Rumusan penelitian ini adalah tentang bagaimana persaingan harga dalam perspektif Islam meliputi praktek, faktor yang memotivasi para pedagang untuk melakukan dan dampak persaingan harga antar pedagang kain tenun di Desa Troso Pecangaan Jepara.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-analitik yaitu menggambarkan fakta yang ada di lapangan yang diperoleh dari data-data yang memberikan gambaran tentang permasalahan yang berhubungan dengan persaingan harga antar para pedagang kain tenun di Desa Troso Pecangaan Jepara kemudian dilakukan analisis mengenai permasalahan tersebut. Guna memperoleh data yang akurat penulis melakukan wawancara dengan sebagian para pedagang kain tenun di Desa Troso.

Melalui penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa persaingan harga yang terjadi di Desa Troso sebagian sudah sesuai dengan ajaran Islam, terbukti dengan praktek-praktek persaingan yang terjadi tidak menyimpang dari ajaran Islam, namun terdapat juga praktek nakal para pedagang yang tidak sesuai dengan ajaran Islam yaitu dengan membanting harga pasar untuk mematikan para pedagang lain karena ingin menguasai pasar. Akibatnya, para pedagang bermodal kecil banyak yang gulung tikar, menjadi tidak stabilnya harga kain tenun, dan menurunnya omset para pedagang kain tenun Troso.

Kata kunci: Harga, persaingan bisnis, etika bisnis syari'ah

## **KATA PENGANTAR**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang senantiasa menunjukkan kepada kita jalan yang lurus dan memberikan pemahaman akan agama yang kokoh. Shalawat serta salam selalu tercurahkan untuk Baginda Nabi Besar Muhammad SAW, dan juga kepada para keluarganya, para sahabatnya, para pengikutnya hingga akhir zaman. Beliau adalah pemimpin para Nabi dan Rasul Allah SAW, yang selalu mencontohkan suri tauladan yang mulia kepada setiap insan di dunia. Penulis sangat merasa bersyukur setelah berbagai cobaan dan kendala, suka maupun duka selalu setia mengiringi perjalanan dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, namun pada akhirnya atas rahmân rahim dari Sang Pencipta, Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul:

Skripsi ini disusun dalam rangka melengkapi syarat-syarat menyelesaikan pendidikan program Sarjana pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya pertolongan Allah SWT, do'a, bimbingan, bantuan, dukungan, saran maupun kritik dari berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Karena tanpa

bantuan mereka, penulis merasa kesulitan terutama dalam menyelesaikan skripsi ini. Sebagai bentuk penghargaan yang tidak dapat terlukiskan, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, MA.
2. Bapak Dr.H.Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. H Ahmad Furqon, Lc., MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Prof. Dr. Hj. Mujibatun, M.Ag selaku dosen pembimbing I dan Bapak H. Johan Arifin, S. Ag., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memerikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Dosen, pegawai, dan seluruh civitas akademika di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan memberikan ilmunya kepada penulis selama di bangku kuliah. Semoga ilmu yang diajarkan bermanfaat bagi penulis di dunia dan akhirat.

6. Pihak KSU Paguyuban Tenun Troso dan segenap warga Desa Troso yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Kedua orang tua dan semua keluarga saya yang senantiasa mendoakan serta memberikan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua sahabat dan teman-teman saya yang senantiasa memberikan semangat, dukungan dan motivasinya.
9. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, saran serta bantuan baik secara moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka semua dengan balasan yang lebih baik dari apa yang mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan rendah hati penulis meminta untuk kritik dan sarannya kepada pembaca agar di kemudian hari bisa tercipta karya ilmiah yang lebih baik. *Aamiin Ya Rabbal'Alamiin.*

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb.***

Semarang, 19 Juli 2019

Penulis,

Evi Suryaningsih

NIM: 1705026189

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN DEKLARASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR .....</b>	<b>x</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Tinjauan Pustaka .....	9
E. Metode Penelitian .....	11
F. Sistematika Penulisan .....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Konsep Harga dalam Perspektif Islam .....	17
1. Pengertian Harga.....	17
2. Dasar Hukum .....	19
3. Penetapan Harga Menurut Pandangan Islam.....	23
B. Persaingan Bisnis.....	27

C. Etika Bisnis dalam Islam .....	35
1. Pengertian Etika .....	35
2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam .....	38
3. Prinsip Bisnis Islami.....	41
4. Tujuan Bisnis dalam Islam .....	49

### **BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Desa Troso Sebagai Sentra Industri Tenun Ikat .....	54
1. Gambaran Umum Desa Troso .....	54
a. Letak Desa Troso.....	54
b. Batas Wilayah Desa Troso .....	55
c. Luas Wilayah Desa Troso .....	55
d. Susunan Organisasi .....	55
2. Gambaran Umum UKM Tenun Ikat Troso .....	56
a. Sejarah Perkembangan Kain Tenun Ikat Troso.....	56
b. Aktivitas Produksi.....	60
c. Cara Pembuatan.....	61
d. Pelaku Usaha Industri Tenun Troso .....	62
B. Gambaran Umum KSU Paguyuban Tenun Troso .....	64
1. Deskripsi Umum .....	64
2. Susunan Organisasi .....	66
3. Tujuan Didirikannya .....	67
4. Sasaran .....	67
5. Prinsip .....	68

C. Permasalahan Desa Troso Sebagai Sentra Industri kain Tenun Ikat .....	69
1. Praktek Persaingan Harga Para Pedagang Kain tenun Troso .....	69
2. Alasan Para Pedagang Melakukan Praktek Banting Harga .....	70
3. Dampak Praktek Banting Harga bagi Para Pelaku Usaha	70
<b>BAB IV ANALISIS PERSAINGAN HARGA JUAL BELI TROSO DALAM PERSPEKTIF ISLAM</b>	
A. Praktek Persaingan Harga oleh Pedagang Kain Tenun Ikat Troso Jepara .....	71
B. Alasan Para Pedagang Melakukan Persaingan Harga antar Pedagang Kain Tenun Ikat Troso Jepara .....	90
C. Dampak Persaingan Harga Kain Tenun Ikat Troso Jepara	93
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	98
B. Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini, perekonomian seakan menjadi nyawa bagi setiap manusia, masyarakat, bangsa dan negara, disadari atau tidak bahwa setiap manusia di dunia ini tidak akan bisa terlepas dari yang namanya dunia perekonomian. Karena hal itu merupakan salah satu fitrah manusia dalam menjalani kehidupannya, baik ketika manusia tersebut memposisikan dirinya menjadi seorang konsumen (pemakai), maupun menjadi seorang produsen (penghasil) atau bisa disebut juga sebagai pelayan jasa. Dari sanalah kemudian terjadi saling hubungan, interaksi, maupun transaksi yang kemudian disebut dengan proses jual beli.<sup>1</sup>

Dalam era globalisasi ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan, dan teknologi. Manusia berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhannya yang terkadang mereka tidak mempertimbangkan kepentingan orang lain dan menjadikan

---

<sup>1</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm 31

manusia yang matrealistis serta meninggalkan norma-norma dan nilai-nilai kemanusiaan. Manusia menjalin hubungan kerja sama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas yaitu dengan cara berbisnis. Bisnis adalah suatu kata yang populer dalam kehidupan sehari-hari. Tiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Kaum produsen dan orang-orang lain yang bergerak dalam kegiatan bisnis berhasil membuat keuntungan dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin meningkat.

Dalam zaman modern ini, dunia bisnis semakin kompleks, dan membutuhkan banyak waktu bagi mereka yang ingin mempelajarinya serta mempraktikkan sampai berhasil.<sup>2</sup> Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang di sepanjang abad dan semua lapisan masyarakat. Agama Islam sejak lahirnya mengizinkan adanya bisnis (perdagangan), karena Rasulullah SAW sendiri pada awalnya juga berbisnis dalam jangka waktu yang cukup lama. Namun, Rasulullah SAW tidak begitu saja meninggalkan tanpa aturan, kaidah, ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis.

---

<sup>2</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009, hlm. 115.

Diantara nilai-nilai yang penting dalam perdagangan atau bisnis adalah sifat kasih sayang yang telah dijadikan Allah SWT sebagai *trade mark*.<sup>3</sup> Selama ini banyak orang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Prinsip ekonomi Barat yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin. Pedagang muslim tidak boleh mencari laba semaksimal mungkin, tidak menganut apa yang diajarkan oleh prinsip ekonomi Barat tersebut, tetapi harus ada batasan-batasannya. Perdagangan yang intinya jual beli, berarti saling menukar. Menurut syariat, jual beli adalah pertukaran harta, memindahkan hak milik dengan ganti atas dasar saling rela-ikhlas, bukan berarti rasa kesal-menyetal.<sup>4</sup> Oleh karena itu, tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis. Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan

---

<sup>3</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran, Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Robbani Press, Jakarta, 1995, hlm. 320.

<sup>4</sup> Alma., *Manajemen...*, hlm. 116

oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Seorang pengusaha dalam pandangan etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemandirian dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materiil (bendawi), tetapi yang penting lagi adalah keuntungan immateriil (spiritual).<sup>5</sup>

Di balik praktik bisnis terdapat berbagai macam persaingan misalnya: ada persaingan yang sehat dan adil (*fair competition*), ada persaingan yang tidak sehat (*unfair competition*), bahkan ada persaingan yang destruktif (*destructive competition*).<sup>6</sup> Daya saing harga yang diajarkan oleh Rasulullah yaitu tidak melakukan kecurangan yang nantinya akan merugikan pihak lain seperti sistem *predatory pricing*, serta tidak menjelek-jelekan barang dagangan pesaing.<sup>7</sup> Bisnis dengan basis syariah akan membawa wirausaha muslim kepada kesejahteraan dunia dan akherat dengan selalu memenuhi standar etika perilaku bisnis, yaitu:

---

<sup>5</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Pennebar Plus, Jakarta, 2012, hlm. 30.

<sup>6</sup> Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Kencana 2009, hlm 23

<sup>7</sup> Ismail Yusanto, M. Karebet Widjajakusuma, *Mengganggu Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002 hlm. 95.

takwa, kebaikan, ramah dan amanah.<sup>8</sup> Ketaqwaan seorang wirausaha muslim adalah harus tetap mengingat Allah dalam kegiatan berbisnisnya, sehingga dalam melakukan kegiatan bisnis seorang wirausahawan akan menghindari sifat-sifat yang buruk seperti curang, berbohong, dan menipu pembeli. Seorang yang taqwa akan selalu menjalankan bisnis dengan keyakinan bahwa Allah selalu ada untuk membantu bisnisnya jika dia berbuat baik dan sesuai dengan ajaran Islam. Ketaqwaannya diukur dengan dengan tingkat keimanan, intensitas dan kualitas amal salehnya. Apabila dalam bekerja dan membelanjakan harta yang diperoleh dengan cara yang halal dan dilandasi dengan keimanan dan semata-mata mencari ridha Allah, maka amal saleh ini akan mendapatkan balasan dalam bentuk kekuasaan didunia, baik kuasa ekonomi maupun kekuasaan sosial atau bahkan kekuasaan politik.<sup>9</sup>

Memakai strategi pemasaran yang sehat antara lain dengan mengenali pelanggan, melakukan promosi dengan cara baik yaitu tidak melakukan kebohongan untuk menarik minat konsumen, memilih lokasi yang strategis, dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Dengan cara-cara ini tiap pelaku bisnis akan mampu meningkatkan penjualan tanpa harus merugikan pihak lain.

---

<sup>8</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat)*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2009 hlm, 87

<sup>9</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis ...*, hlm 189

Persaingan bisnis dapat terjadi dimana saja salah satunya di Desa Wisata Atraksi Tenun Troso Jepara. Persaingan bisnis yang terjadi di Desa Wisata Atraksi Tenun Troso Jepara menyangkut persaingan harga antar para penjual baik yang berjualan eceran maupun grosir. Persaingan harga ini lumrah terjadi dalam setiap aktifitas perdagangan dengan berbagai alasan dan motif. Di Desa Wisata Atraksi Tenun Troso Jepara salah satu alasan yang penulis dapatkan dari adanya persaingan harga ini adalah karena tidak ingin pesaingnya lebih unggul (menang dalam bersaing) sehingga para pedagang yang mempunyai modal yang sangat besar melakukan hal yang semena-mena dengan merendahkan harga barang dagangannya jauh di bawah harga yang terjadi di pasar dengan tujuan menjatuhkan pesaingnya, yaitu para pedagang yang mempunyai modal sedikit atau pas-pasan.<sup>10</sup>

Berdasarkan deskripsi itulah, penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam terkait dengan analisis persaingan harga dalam perspektif Islam (studi home industry Tenun Ikat Desa Troso Pecangaan Jepara).

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan Ibu Mardiyah salah satu pedagang kain tenun ikat dan selaku pemilik Tenun Ikat Seroja, tanggal 7 Agustus 2018 di Troso Pecangaan Jepara

## **B. Rumusan Masalah**

Merujuk pada latar belakang masalah, maka perumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persaingan harga yang dilakukan oleh pedagang kain tenun ikat Troso di Desa Wisata Atraksi Tenun Troso Pecangaan Jepara?
2. Mengapa terjadi persaingan harga antar pedagang kain tenun ikat di Desa Wisata Atraksi Tenun Troso Pecangaan Jepara?
3. Apa dampak dari adanya persaingan harga kain tenun ikat di Desa Wisata Atraksi Tenun Troso Pecangaan Jepara?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang diajukan maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui, menjelaskan, menganalisa dan membandingkan model persaingan harga pengrajin tenun ikat Desa Troso Pecangaan Jepara dalam perspektif Islam dalam teori dengan praktik.

## 2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

### a. Manfaat Teoritis

- 1) Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca terutama tentang bisnis berbasis syariah pada wirausahawan muslim.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang ilmu ekonomi Islam
- 3) Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

### b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis: hasil penelitian ini berguna untuk memperdalam teori-teori yang telah diperoleh dalam perkuliahan dan diharapkan dapat menambah wawasan serta pengalaman penulis.
- 2) Bagi pedagang: Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada Home Industry Tenun Ikat Desa Troso Pecangaan Jepara. Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan acuan suatu perusahaan atau toko yang ada di Troso Pecangaan Jepara dan sekitarnya



dalam menjalankan bisnis secara syari'ah, sehingga hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran secara teoritik maupun praktik dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan dibidang bisnis secara syari'ah.

- 3) Bagi pihak lain: menambah khazanah ilmu pengetahuan tentang persaingan usaha menurut Islam.

#### **D. Tinjauan Pustaka**

Terkait dengan skripsi yang akan penulis teliti ada beberapa tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu yang dapat dijadikan pertimbangan dan pembeda bagi penulis ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Dyas Nur Fajrina pada tahun 2015 dengan judul “Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari'ah Pada Wirausaha Muslim Studi Pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kaliwungu Indah-Kendal” bahwa pengetahuan agama yang dimiliki oleh wirausaha muslim telah diterapkan dalam kegiatan bisnisnya. Mereka menjalankan bisnis dengan tetap memakai aturan yang diperbolehkan maupun yang dilarang oleh ajaran agama. Kegiatan ini menjadikan warga menjadi lebih baik dalam

mendalami ilmu agama. Hal tersebut juga dapat dilihat dalam kegiatan bisnisnya.<sup>11</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Nining Isnayni pada tahun 2017 dengan judul, Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Antar Produsen Tahu di Desa Karanganyar, Weru, Sukoharjo, Skripsi UIN Sunan Kalijaga Program Studi Muamalah Tahun 2017 bahwa persaingan usaha antar produsen tahu yang terjadi di Desa Karanganyar sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, meskipun ada sebagian produsen yang melakukan persaingan tidak sehat demi meraih pembeli dan keuntungan sebanyak-banyaknya. Persaingan yang sesuai dengan etika bisnis Islam ialah persaingan produksi karena produksi tahu berdasarkan dengan permintaan pasar. Sedangkan persaingan yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam adalah persaingan produk yakni perilaku melakukan penipuan dengan menjelek-jelekan produk produsen lain, agar konsumen berpindah kepadanya, dalam persaingan harga terdapat pula produsen yang berlaku curang dan merugikan dengan membanting harga sehingga merugikan produsen lain, sedangkan dalam persaingan pemasaran adanya perilaku produsen yang memonopoli pasar atau penguasaan pasar, sehingga mengalahkan produsen kecil.

---

<sup>11</sup> Dyas Nur Fajrina, Skripsi “*Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari’ah Pada Wirausaha Muslim (Studi Pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kaliwungu Indah-Kendal)*”, Semarang: Walisongo, 2015

Penelitian yang dilakukan oleh Ly Fairuzah Aisyah pada tahun 2011 dalam skripsinya yang berjudul “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim Studi pada CV. Azka Syahrani Collection” skripsi UIN Syarif Hidayatullah pada tahun 2011. Menjelaskan tentang nilai-nilai ekonomi Islam dalam bisnis usaha baju muslim CV. Azka Syahrani Collection telah menerapkan nilai-nilai dasar dan nilai instrumental ekonomi Islam antara lain kepemilikan, kesederhanaan, pemberian zakat, tidak ada unsur riba, kerja sama, dan terjaminnya kesejahteraan sosial bagi karyawannya.<sup>12</sup>

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan model pendekatan kualitatif, yang mana pendekatan model ini dapat menghasilkan informasi yang akurat. Penggunaan model ini lebih berorientasi pada gejala-gejala yang bersifat alamiah, di mana data yang dikumpulkan berupa pendapat, tanggapan, informasi, konsep, aspek atau bidang tertentu dalam kehidupan objeknya yang dapat diperoleh melalui survei. Survei adalah metode untuk mendapatkan data yang

---

<sup>12</sup> Ly Fairuzah Aisyah, *Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi pada CV. Azka Syahrani Collection)*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011

ada saat dilakukannya penelitian. Ada dua macam survei dalam penelitian yaitu survei analitik dan deskriptif. Pada penelitian ini penulis menggunakan model survei deskriptif, yaitu menggambarkan hasil yang didapat dalam penelitian.

## 2. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud penulis adalah subjek dari mana data yang diperoleh untuk memudahkan mengidentifikasi sumber data, maka penulis mengaplikasikan sumber data tersebut menjadi:

### a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama. Data ini berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dan informan yang dijadikan sample dalam penelitiannya.<sup>13</sup> Data ini diperoleh langsung dari wawancara langsung kepada pihak-pihak yang bersangkutan.

Jadi dalam penelitian, peneliti mencari informan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan untuk menjadi narasumber penelitian. Narasumber yang tepat dalam penelitian ini adalah pelaku bisnis

---

<sup>13</sup> Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: GP Press, 2009, hlm 118

Tenun Ikat di Desa Troso Pecangaan Jepara, yaitu ketua Paguyuban Tenun Troso dan para pengusaha Tenun Troso Jepara.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari penulis ilmiah, penelitian, buku catatan, dan internet. Data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat, atau mendengarkan. Data ini diambil dari dokumentasi melalui dokumen-dokumen yang berhubungan dengan daftar harga penjualan.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

a. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan dengan sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki secara langsung. Observasi pada penelitian ini ditujukan kepada Home industry Tenun Ikat Desa Troso Pecangaan Jepara.

b. Wawancara

Wawancara adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan

secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.<sup>14</sup> Dalam hal ini wawancara kepara para pengrajin Tenun Ikat di Desa Troso Pecangaan Jepara.

c. Dokumentasi

Metode dokumenter adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Pada intinya metode dokumenter adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Dengan demikian, pada penelitian sejarah, maka bahan dokumenter memegang peranan yang sangat penting.<sup>15</sup>

#### 4. Metode Analisis Data

Berdasarkan masalah yang akan diuji, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif. Dimana model penelitian ini dimasukkan dalam penelitian kualitatif. Deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan sifat atau keadaan yang dijadikan obyek dalam penelitian. Penelitian dengan teknik ini digunakan untuk melakukan

---

<sup>14</sup> Sonny Sumarsono, *Metodologi Riset Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2004, hlm 71

<sup>15</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group, 2007, hlm 124

penelitian lapangan seperti lembaga keuangan syariah atau organisasi sosial keagamaan.<sup>16</sup>

## **F. Sistematika Penulisan**

Dalam pembahasan dan penyusunan skripsi terdiri dari lima bab. Masing-masing bab berisi penjelasan persoalan-persoalan tertentu yang saling terkait antara bab satu dengan yang lainnya. Sistematika yang tersusun sebagai berikut:

- BAB I            PENDAHULUAN**
  - A. Latar Belakang Masalah
  - B. Rumusan Masalah
  - C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
  - D. Tinjauan Pustaka
  - E. Metode Penelitian
  - F. Sistematika Penulisan
- BAB II            LANDASAN TEORI**
  - A. Teori Harga
  - B. Teori Persaingan Bisnis
  - C. Teori Etika Bisnis Islami
- BAB III            GAMBARAN UMUM HOME INDUSTRY**
  - A. Sejarah singkat Desa Troso sebagai desa sentra Tenun Ikat

---

<sup>16</sup> Tim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang, *Pedoman Penulisan skripsi*, Semarang: BASSCOM CREATIVE, 2014, hlm. 13.

- B. Kondisi ekonomi masyarakat Desa Troso  
Pecangaan Jepara
- C. Permasalahan di Desa Troso sebagai  
sentra Tenun ikat

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Analisis Praktek Persaingan Harga di  
Desa Troso Pecangaan Jepara
- B. Analisis Alasan Pedagang Melakukan  
Persaingan Harga
- C. Analisis Dampak Persaingan Harga di  
Desa Troso Pecangaan Jepara

#### BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan  
Saran



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Konsep Harga Dalam Perspektif Islam**

##### **1. Pengertian Harga**

Harga menurut Ridwan Iskandar Sudayat adalah tingkat pertukaran barang dengan barang lain. Harga menurut Murti dan John menyatakan bahwa harga merupakan satu-satunya komponen yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur lainnya adalah *marketing mix* menunjukkan biayanya. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk tersebut.<sup>1</sup>

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal terakhir tidak dapat diubah/

---

<sup>1</sup> Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi dasar - dasar ekonomi Islam)*, Cet. Ke-1, Bandung: Pustaka Setia, 2014, hlm 62

disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.<sup>2</sup>

Harga dalam fiqh Islam dikenal dua istilah berbeda mengenai harga suatu barang, yaitu *as-saman* dan *as-si'r*. *As-saman* adalah patokan harga suatu barang, sedangkan *as-si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di dalam pasar. Ulama fiqh membagi *as-si'r* menjadi dua macam. Pertama, harga yang berlaku secara alami, tanpa campur tangan pemerintah. Dalam hal ini, pedagang bebas menjual barang dengan harga yang wajar, dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah, dalam harga yang berlaku secara alami, tidak boleh campur tangan, karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi kebebasan dan merugikan hak para pedagang ataupun produsen.

Kedua, harga suatu komoditas yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan wajar bagi pedagang maupun produsen serta melihat keadaan ekonomi yang riil dan daya beli masyarakat. Penetapan harga pemerintah ini disebut dengan *at-ta'sir al-Jabbari*.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997, hlm 151.

<sup>3</sup> Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Jakarta: Gema Insani, 2003, hlm 90

## 2. Dasar Hukum

Semua ibadah pada dasarnya akan menjadi haram jika tidak ada dalil yang memerintahkannya, begitupun juga termasuk dalam bermuamalah atau bertransaksi hukumnya halal kecuali ada dalil yang melarangnya, seperti halnya dalil yang berkaitan dengan muamalah berikut sebagaimana firman Allah swt dalam surat an-Nisa<sup>4</sup> ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ  
تَكُوْنَتْ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar). Kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas suka sama sukadiantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS An-Nisa’ [4]: 29)<sup>4</sup>

Ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa ketentuan penetapan harga ini tidak dijumpai di dalam al-Qur’an. Adapun dalam hadits Rasulullah saw, dijumpai beberapa riwayat yang menurut logikanya dapat diinduksikan bahwa penetapan harga itu dibolehkan dalam kondisi tertentu. Faktor dominan yang menjadi

---

<sup>4</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur’an Terjemah*, Bandung: Diponegoro, 2005, hlm 83.

landasan hukum *at-ta'sir al-jabbari*, menurut kesepakatan para ulama fiqh adalah *al-maslahah mursalah* (kemaslahatan).<sup>5</sup>

قَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا. فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَسْعُرُّ الْخَالِقُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لأَرْجُوا أَنَّ أَلْقَى. اللَّهُ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَا لِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya: Dari Anas bin Malik, ia berkata: Orang-orang berkata ‘Wahai Rasulullah saw, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami.’ Lalu Rasulullah saw bersabda ‘sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit, dan yang memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezhaliman dalam darah atau harta’. (HR. Abu Dawud).<sup>6</sup>

Menurut Hadist ini, penguasa (imam) tidak berhak menentukan harga yang berlaku di masyarakat, melainkan masyarakat bebas menjual harta benda mereka menurut mekanisme yang berlaku. Penentuan harga sama saja melarang mereka untuk membelanjakan harta mereka. Sedangkan kalangan mazhab Maliki dan Hanafi memperbolehkan penguasa menetapkan harga demi menolak bahaya hal yang merugikan masyarakat jika harga yang ditetapkan pemilik barang dagangan telah terlalu melampaui harga umum. Bila demikian keadaannya maka sah-sah saja memberlakukan penetapan harga melalui

---

<sup>5</sup> Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Jakarta: Gema Insani, 2003, hlm 91.

<sup>6</sup> Imam Asy- Syaukani, Ringkasan Nailul Author, Jakarta : apaustaka Azzam, 2006, Cet1, hlm 104

musyawarah dengan para pakar demi menjaga kemaslahatan umum.

Ada riwayat yang menunjukkan bahwa Umar bin Khattab Ra. Meminta pada beberapa penjual untuk menjual dengan harga pasar.

عَنْ سَعِيدِ بْنِ الْمُسَيَّبِ أَنَّ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ مَرَّ بِحَاطِبِ بْنِ أَبِي بَلْتَعَةَ وَهُوَ يَبِيعُ زَبِيْبًا لَهُ  
بِالسُّوقِ فَقَالَ لَهُ عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ إِمَّا أَنْ تَزِيْدَ فِي السَّعْرِ وَإِمَّا أَنْ تُرْفَعَ مِنْ سَوْقِنَا

Artinya: “Dari Sa’id bin al-Musayyab bahwa Umar bin Khattab pernah melewati Hâtib bin Abû Balta’ah yang sedang menjual kismis di pasar lalu Umar bin Khattab berkata kepadanya; “Ada dua pilihan buat dirimu, menaikkan harga atau angkat kaki dari pasar kami.””<sup>7</sup>

Konsep Umar tersebut menjelaskan bahwa Islam memperbolehkan adanya intervensi harga oleh pemerintah karena adanya distorsi terhadap *genuine demand* dan *genuine supply* dalam rangka melindungi hak pembeli dan penjual.

Imam Syafi’i berkata Allah memaparkan hukum jual beli dalam sejumlah Al-Quran yang mengindikasikan kebolehan, penghalalan jual beli oleh Allah SWT, mengandung dua pengertian:

---

<sup>7</sup>Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khattab*, Jakarta: Khalifa (Pustaka Al-Kautsar Grup), 2006, hlm 612

1. Allah menghalalkan semua bentuk jual beli yang terjadi antara penjual dan pembeli, keduanya diperbolehkan melangsungkan transaksi atas dasar kerelaan
2. Allah menghalalkan jual beli yang tidak dilarang Rasulullah saw, selaku juru penerang apa yang dikehendaki Allah SWT. Jual beli ini termasuk transaksi yang telah diterapkan ketentuannya dalam Al-Qur'an dan teknisnya dijelaskan melalui sabda Rasulullah saw atau termasuk redaksi yang bermakna umum dengan maksud khusus.

Kemudian Rasul saw menerangkan sesuai dengan kehendak Allah SWT. Yang halal dan yang haram atau bisa halal bisa haram, atau yang secara umum dihalalkan kecuali yang diharamkan oleh Rasul SAW. Atau apa yang terkandung dalam sabda beliau.<sup>8</sup>

Ulama fiqih menyatakan bahwa kenaikan harga yang terjadi di zaman Rasulullah saw tersebut bukanlah karena tindakan sewenang-wenang dari para pedagang, tetapi karena memang komoditas yang ada terbatas. Sesuai dengan hukum ekonomi apabila stok terbatas, maka wajar barang tersebut naik.

---

<sup>8</sup>Syech Ahmad Mustafa Al-Farann , *Tafsir Imam Asy-syafii* .  
Terjemahan Fedrian Hasmand Dkk. (Jakarta: 2008) Jilid 2 Cet 1, hlm 483-485

Oleh sebab itu, dalam keadaan demikian Rasulullah saw tidak mau campur tangan membatasi harga komoditas tersebut.<sup>9</sup>

### 3. Penetapan Harga Menurut Pandangan Islam

Adapun konsep penetapan harga menurut para ahli ekonomi Islam ialah sebagai berikut:

#### a) Penetapan Harga Ibnu Khaldun

Ibnu Khaldun membagi jenis barang menjadi dua jenis, yaitu barang kebutuhan pokok dan barang pelengkap. Menurutnya, bila suatu kota berkembang dan selanjutnya populasinya bertambah banyak (kota besar), maka pengadaan barang-barang kebutuhan pokok akan mendapat prioritas pengadaan. Akibatnya, penawaran meningkat dan ini berarti turunnya harga. Ibnu Khaldun juga menjelaskan tentang mekanisme penawaran dan permintaan dalam menentukan harga keseimbangan. Secara lebih rinci, ia menjabarkan pengaruh persaingan diantara konsumen untuk mendapatkan barang pada sisi permintaan.<sup>10</sup>

Bagi Ibnu Khaldun, harga adalah hasil dari hukum permintaan dan penawaran. Pengecualian satu-satunya dari hukum ini adalah harga emas dan perak, yang merupakan

---

<sup>9</sup>Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer) ...*, hlm 92.

<sup>10</sup> Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Ed. 1, Cet.Ke-1, Jakarta: Kencana, 2014, hlm 223

standar moneter. Semua barang-barang lain terkena fluktuasi harga yang tergantung pada pasar. Bila suatu barang langka dan banyak diminta, maka harganya tinggi. Jika suatu barang berlimpah maka harganya akan rendah.<sup>11</sup>

b) Penetapan Harga Abu Yusuf

Pembentukan harga menurut Abu Yusuf. Abu Yusuf adalah seorang mufti pada kekhalifahan Harun al-Rasyid. Dalam kitabnya *Al-Kharaj*, buku pertama tentang sistem perpajakan dalam Islam. Dan Abu Yusuf tercatat sebagai ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar.<sup>12</sup>

Abu Yusuf menyatakan, tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada batasan yang mengaturnya. Prinsipnya tidak bisa diketahui. Murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal tidak disebabkan kelangkaan makanan. Abu Yusuf berpendapat harga tidak bergantung pada penawaran saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan permintaan.

Karena itu, peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan penurunan atau peningkatan produksi. Abu Yusuf menegaskan bahwa ada beberapa variabel lain yang mempengaruhi, tetapi dia tidak menjelaskan lebih rinci.

---

<sup>11</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam*, Cet. Ke-1, Yogyakarta: BPFE, 2004, hlm 361.

<sup>12</sup> Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam; Pendekatan teoritis*, Cet-1, Jakarta: Kencana Prenamedia Grup, 2008, hlm 231.



Bisa jadi, variabel itu adalah pergeseran dalam permintaan atau jumlah uang yang beredar di suatu negara, atau penimbunan dan penahanan barang atau semua hal tersebut.<sup>13</sup>

c) Penetapan Harga Al-Ghazali

Al-Ghazali pernah berbicara mengenai, harga yang berlaku, seperti yang ditentukan oleh praktik-praktik pasar, sebuah konsep yang kemudian hari dikenal sebagai *at-tsamanal adil* (harga yang adil) di kalangan ilmuwan muslim atau *equilibrium price* (harga keseimbangan) di kalangan ilmuwan kontemporer.<sup>14</sup>

Al-Ghazali juga memperkenalkan teori permintaan dan penawaran; jika petani tidak mendapatkan pembeli, ia akan menjualnya pada harga yang lebih murah, dan harga dapat diturunkan dengan menambah jumlah barang di pasar.

Ghazali juga memperkenalkan elastisitas permintaan, ia mengidentifikasi permintaan produk makanan adalah inelastic, karena makanan adalah kebutuhan pokok.<sup>15</sup> Berkaitan dengan ini, ia menyatakan bahwa laba seharusnya berkisar antara 5 sampai 10 persen dari harga barang.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Islam suatu Kajian Kontemporer*, Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani, 2001, hlm 155.

<sup>14</sup> Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Ed. 3, Cet. Ke-2, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004, hlm 290

<sup>15</sup> Nur Chamid, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* Cet. Ke-1, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm 228

<sup>16</sup> Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam ...*, hlm 292.

d) Penetapan Harga Ibnu Taimiyah

Ibnu Taimiyah mengatakan, Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi keadilan (*nafs al adl*). Di manapun ia membedakan antara dua jenis harga yang adil dan disukai. Dia mempertimbangkan harga yang setara sebagai harga yang adil.

Dalam Majwu fatwanya Ibnu Taimiyah mendefinisikan *equivalen price* sebagai harga baku di mana penduduk menjual barang-barang mereka dan secara umum diterima sebagai sesuatu yang setara dengan itu dan untuk barang yang sama pada waktu dan tempat yang khusus. Sementara dalam al-Hisbah, ia menjelaskan bahwa *equivalen price* ini sesuai dengan keinginan atau persisnya harga yang ditetapkan oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas-kompetitif dan tidak terdistorsi antara penawaran dan permintaan.<sup>17</sup> Jika permintaan terhadap barang meningkat sementara penawaran menurut harga akan naik. Begitu sebaliknya, kelangkaan dan melimpahnya barang mungkin disebabkan oleh tindakan yang adil, atau mungkin tindakan yang tidak adil.<sup>18</sup>

Ia mengatakan, „jika penduduk menjual barangnya dengan cara yang normal (*al-wajh al-ma‘ruf*) tanpa menggunakan

---

<sup>17</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Cet. Ke-6, Jakarta: Rajawali Pers, 2014, hlm 332.

<sup>18</sup> A. A. Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Anshari Thayib, Jakarta: PT Bina Ilmu Offset, 1997, hlm 12

cara-cara yang tidak adil, kemudian harga itu meningkat karena pengaruh kekurangan persediaan barang itu atau meningkatnya jumlah penduduk (meningkatnya permintaan).

Dalam kasus seperti itu, memaksa penjual untuk menjual barangnya pada harga khusus merupakan paksaan yang salah (*ikrah bi ghairi haq*), karena bisa merugikan salah satu pihak.

Secara umum, harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kezaliman) 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 dibayarkannya.<sup>19</sup>

Ada dua terma yang seringkali ditemukan dalam pembahasan Ibnu Taimiyah tentang masalah harga, yakni kompensasi yang setara/adil (*'Iwadal Mitsl*) dan harga yang setara/ adil (*Tsaman al-Mitsl*). Dia berkata: Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan itulah esensi dari keadilan (*Nafs al- 'Adl*)'.

## **B. Persaingan Bisnis**

Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing,

---

<sup>19</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam ...*, hlm 332

pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.<sup>20</sup> Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah persetujuan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.<sup>21</sup>

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

1. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang diberikan Allah SWT. Tugas manusia adalah berusaha

---

<sup>20</sup>Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005, hlm 86

<sup>21</sup>Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007, hlm 27

sebaik-baiknya salah satunya dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah akan diambil oleh pesaing. Karena Allah telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya. Ini sesuai firman Allah QS. Al- Mulq: 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”(QS Al-Mulq [67]:15)<sup>22</sup>

Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu melalui mutu produk, harga yang bersaing dan pelayanan total.

## 2. Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pesaing. Rasulullah saw memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul

---

<sup>22</sup>Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemahi...*, hlm 449

tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.

### 3. Objek yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

#### a. Produk

Persyaratan yang mutlak ada dalam sebuah produk yang akan dijual belikan (dipersaingkan) baik berupa barang maupun jasa harus memenuhi kriteria halal. Hal itu penting sekali terkait dengan apa yang dibutuhkan oleh para konsumen. Selain itu pula untuk menghindari adanya usaha penipuan, dengan adanya standar halal dan kualitas yang terjamin tentu konsumen dengan sendirinya akan yakin dengan apa yang akan dibelinya dan diinginkannya. Bahkan kriteria halal merupakan syarat utama dan mutlak bagi persaingan bisnis dalam perspektif bisnis Islami.

#### b. Harga

Dalam persaingan dunia bisnis harga merupakan sesuatu yang penting. Dalam hal ini harga yang dipatok harus benar-benar kompetitif, antara pebisnis satu dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan pebisnis lainnya. Sebagai

contoh dengan membenting harga, agar pebisnis yang lain menjadi jatuh. Dalam bisnis Islami membanting harga dengan tujuan agar pesaing menjadi kalah sangat dilarang, Islam mengajarkan dalam bersaing hendaknya dengan menggunakan cara-cara yang sehat dan ma'ruf.<sup>23</sup>

c. Tempat

Dalam menjalankan sebuah bisnis tempat usaha merupakan faktor penting untuk menjadikan bisnis semakin sukses. Semakin strategis tempat usaha maka kemungkinan juga akan semakin membawa keuntungan, selain itu yang harus diperhatikan dalam mengelola tempat berbisnis adalah baik, sehat, bersih, aman dan juga nyaman. Hal-hal tersebut penting sekali untuk dipenuhi guna menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi bisnis dengan kita. Islam juga memberikan satu aturan bahwa tempat bisnis harus dijauhkan dari hal-hal yang diharamkan, semisal memasang gambar-gambar porno, menjual minuman keras, serta hal-hal lain yang sangat dilarang agama hanya dengan tujuan menarik konsumen.

---

<sup>23</sup>Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2008, hlm 107

d. Pelayanan

Islam juga sangat menekankan pentingnya sebuah pelayanan dalam usaha bisnis. Suatu bisnis akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan adanya pelayanan terbaik. Misalnya dengan keramahan, senyum kepada para konsumen akan semakin baik dalam berbisnis. Islam juga melarang menempatkan para penjual atau pelayan perempuan yang cantik, seksi, serta terlihat auratnya agar menarik minat pembeli. Yang terpenting adalah pelayanan yang benar-benar menempatkan para pembeli sebagai raja yang harus dihormati, dilayani dengan sebaik-baiknya. Dengan cara itulah kemungkinan besar suatu usaha akan mendapatkan keuntungan dan kepercayaan dari rekan bisnis, maupun konsumen secara umum.

e. Pelayanan pasca berbisnis (layanan purna jual)

Pelayanan semacam ini bisa dilakukan sesuai dengan akad antara penjual dan pembeli sesuai dengan kesepakatan. Semisal dengan memberikan garansi kepada salah satu barang yang telah dijual kepada seorang pembeli. Hal ini merupakan satu bentuk pelayanan gratis yang diberikan kepada konsumen



dengan tujuan melanggengkan bisnis dengan akad dan perjanjian yang telah disepakati bersama.<sup>24</sup>

#### 4. Aspek positif persaingan

Secara garis besar persaingan bisa membawa aspek positif apabila dilihat dari dua perspektif, yaitu non-ekonomi dan ekonomi:<sup>25</sup>

##### a. Perspektif non ekonomi

- 1) Dalam kondisi penjual maupun pembeli terstruktur secara atomistik (masing-masing berdiri sendiri sebagai unit-unit terkecil dan independen) yang ada dalam persaingan, kekuasaan ekonomi atau didukung faktor ekonomi menjadi tersebar dan terdesentralisasikan.
- 2) Sistem ekonomi pasar yang kompetitif akan bisa menyelesaikan persoalan-persoalan ekonomi secara impersonal, bukan melalui personal pengusaha maupun birokrat.

---

<sup>24</sup> Ismail Yusanto, M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, hlm 96-97

<sup>25</sup> Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, hlm 48-51

- 3) Kondisi persaingan juga berkaitan erat dengan kebebasan manusia untuk mendapatkan kesempatan yang sama di dalam berusaha.
- b. Perspektif ekonomi
- 1) Persaingan merupakan sarana untuk melindungi para pelaku ekonomi terhadap eksploitasi dan penyalahgunaan.
  - 2) Persaingan mendorong alokasi dan realokasi sumber-sumber daya ekonomi sesuai dengan keinginan konsumen.
  - 3) Persaingan bisa menjadi kekuatan untuk mendorong penggunaan sumber daya ekonomi dan metode pemanfaatannya secara efisien.
  - 4) Persaingan bisa merangsang peningkatan mutu produk, pelayanan, proses produksi, dan teknologi.
5. Aspek Negatif Persaingan
- a. Sistem persaingan memerlukan biaya dan kesulitan-kesulitan tertentu yang tidak didapati dalam sistem monopoli.
  - b. Persaingan bisa mencegah koordinasi yang diperlukan dalam industri tertentu.
  - c. Persaingan apabila dilakukan oleh pelaku ekonomi yang tidak jujur, bisa bertentangan dengan kepentingan publik.

## C. Etika Bisnis dalam Islam

### 1. Pengertian Etika

Secara terminologis arti kata etika sangat dekat pengertiannya dengan istilah Al-Qur'an *al-khuluq* (akhlak). Etika berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" yang berarti kebiasaan.<sup>26</sup> Etika diartikan sebagai seperangkat aturan moral yang membedakan apa yang benar (*the right*) dari apa yang salah (*the wrong*) dari moda-moda tingkah laku manusia atau konstataasi-konstataasi tindakan manusia.

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai 'daratan' atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.<sup>27</sup>

Karena jalinan antara etika dan ekonomi demikian intim, sehingga kajian tentang etika dalam konteks ekonomi selalu relevan. Hal ini setidaknya-tidaknyanya karena dua faktor; pertama, kehidupan manusia terus menerus ditandai oleh konflik antara kekuatan baik (*good*) dan kekuatan jahat (*evil*)

---

<sup>26</sup>Faisal Badroen, at all, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, hlm 6

<sup>27</sup>Ibid, hlm 15

yang tak mengenal kata berhenti. Kedua, pentingnya etika diangkat ke permukaan, terutama dalam praktik ekonomi dan bisnis, dengan tujuan agar kepentingan-kepentingan yang berbeda dan mungkin saling bertentangan tidak saja mungkin didamaikan, tetapi juga memikirkan proses perdamaian itu mampu memenuhi cita rasa keadilan dan kemanusiaan.

Etika memiliki fungsi penting dalam mengatur perilaku dan tata kehidupan manusia. Ia berfungsi sebagai standar yang menunjukkan tingkah laku yang membawa individu pada posisi tertentu dalam menetapkan sikap dan perilaku atas permasalahan ekonomi dan bisnis, juga berfungsi sebagai standar untuk menilai dan menentukan kebenaran dan kesalahan atas tindakan dan perilaku diri sendiri serta tindakan dan perilaku orang lain.<sup>28</sup>

Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi Muhammad saw saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Muhammad saw sebagai pedagang adalah selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *shidiq*, *fathanah*, *amanah*, dan *tabligh*. Ciri-ciri itu masih ditambah istiqamah, yaitu:

---

<sup>28</sup>Muhammad, *Paradigma, Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syari'ah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, hlm 52

1. *Shidiq*, berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam. *Istiqamah* atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.
2. *Fathanah*, berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreativitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.
3. *Amanah*, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebajikan) dalam segala hal.
4. *Tabligh*, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (berbagai sumber).<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup>Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi!*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, hlm 236

Etika bisnis Islam menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran, dan keadilan, sedangkan antara pemilik perusahaan dan karyawan berkembang semangat kekeluargaan (*brotherhood*).<sup>30</sup>

## 2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islami

Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-Qu'an dan Sunnah nabi. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada. Yang membimbing, mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam. Maka etika bisnis dalam Islam menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam.<sup>31</sup>

Aktifitas bisnis menurut Islam harus dipandang sebagai suatu karya atau kerja manusia dalam menjalankan kegiatan “produksi”. Dan Islam telah secara jelas menganjurkan umatnya untuk berusaha mencari rizki dimuka bumi ini sebagai bekal hidupnya didunia dalam

---

<sup>30</sup> Ibid, hlm 237

<sup>31</sup> Latifa M. Al- Graoud dan Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001, hlm 36

menopang ibadahnya kepada Allah SWT. Segala sumber daya alam yang tersedia di dunia terdiri atas tanah yang subur dengan segala kandungan yang ada didalamnya seperti air dan mineral dan sebagainya semata-mata Allah SWT ciptakan supaya manusia mengelola dan memanfaatkannya demi mencapai kesejahteraan lahir batin. Ini sejalan dengan firman Allah:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا  
 بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانِ بِالْقِسْطِ ۗ لَّا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ  
 فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۗ ذَٰلِكُمْ وَصَّيْنَاكُمْ بِهِ  
 لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat. Maksudnya mengatakan yang sebenarnya meskipun merugikan Kerabat sendiri. Maksudnya penuhilah segala perintah-perintah-Nya.”(QS. Al-An’am [6]: 152)<sup>32</sup>

Selanjutnya ayat Al-Qur’an:

<sup>32</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur’an...*, hlm 117

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوْمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا  
 يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَا لَّا تَعْدِلُوْا اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى  
 وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٥٣﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”(QS. Al-Maidah [5]:8)<sup>33</sup>

Selanjutnya ayat:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّا اَنْ  
 تَكُوْنَتْ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ  
 بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٥٤﴾

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.” (QS. An-Nisa [4]: 29)<sup>34</sup>

Dalam berbisnis, Islam memberikan pedoman berupa norma-norma atau etika untuk menjalankan bisnis agar

<sup>33</sup> Ibid, hlm 86

<sup>34</sup> Ibid..., hlm 83



pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa responsibility yang tinggi. Maka dengan adanya norma-norma atau etika spiritual yang tinggi, iman dan ahlak yang mulia, merupakan kekayaan yang tidak habis dan sebagai pusaka yang tidak akan pernah sirna.<sup>35</sup>

### 3. Prinsip Bisnis Islami

Dalam doktrin Islam, berbisnis tidak semata-mata mencari keuntungan, tapi juga dalam rangka mencari ridho Allah SWT. Maka, Islam memberikan rambu-rambu atau prinsip (syariat) yang harus ditaati umatnya ketika menjalankan bisnis. Beberapa prinsip yang harus dijalankan dalam praktik bisnis Islam diantaranya sebagai berikut:<sup>36</sup>

#### a. Halal

Allah SWT telah memerintahkan kepada umatnya untuk mencari rezeki yang halal. Dalam Al-Quran Allah SWT berfirman:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا<sup>ط</sup>

---

<sup>35</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika dalam Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 1997, hlm 63

<sup>36</sup>M. Azrul Tanjung, dkk, *Meraih Surga dengan Berbisnis*, Jakarta: Gema Insani, 2013, hlm 87

Artinya: “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (QS. Al-Baqarah[2] : 275)<sup>37</sup>

b. *Thayyibah*

Selain mewajibkan bisnis yang halal, Islam juga mengutamakan bisnis yang *thayyibah*. *Thayyibah* atau *tuuba* (sebagai jamak) berarti sesuatu yang baik atau elok dan memberikan manfaat tidak hanya bagi diri sendiri tetapi juga mitra bisnis dan masyarakat luas. Dalam Al-Quran, Allah SWT berfirman:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً

طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿١٧٧﴾

Artinya: “Barang siapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sungguh akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sungguh akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.” (QS. An-Nahl [16]: 97)<sup>38</sup>

Dalam kenyataan, secara umum, paradigma perekonomian yang dominan di dunia saat ini, termasuk di Indonesia, adalah paradigma liberalisme, yang berazaskan pada individualisme. Dalam paradigma ini,

---

<sup>37</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Bandung: Diponegoro, 2005, hlm 36

<sup>38</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah...*, hlm 222

setiap individu dan pelaku bisnis mengutamakan kepentingan masing-masing.

c. Kejujuran

Agar tidak merugikan mitra transaksi atau pelanggan, maka bisnis menurut Islam menutamakan kejujuran. Bersikap jujur dalam melaksanakan usaha adalah sikap yang telah dicontohkan Rasulullah saw. Ketika beliau berniaga dengan baik, yaitu ketika ikut pamannya maupun ketika bekerja untuk Siti Khadijah. Abu Sa'ad meriwayatkan bahwa Rasulullah saw pernah bersabda:

“pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan dimasukkan dalam golongan para nabi, orang-orang jujur, dan para syuhada.” (HR Tirmidzi)

d. Kewajaran

Bisnis harus dijalankan secara wajar (*fair*). Salah satu bentuk kewajaran dalam berbisnis adalah dalam mengambil keuntungan. Produsen boleh mengambil keuntungan, perantara (grosir) boleh menikmati keuntungan, dan pengecer pun boleh memperoleh laba. Namun, keuntungan tersebut sseharusnya dalam porsi yang wajar (proporsional). Dalam kenyataan yang kita hadapi, karena berbagai hal, keuntungan tidak terbagi secara wajar. Sebagai contoh, dalam bidang pertanian, kita serin melihat atau mendengar bahwa dengan

menganut mekanisme pasar bebas, banyak petani harus menjual hasil panen dengan harga rendah karena ada kelebihan pasokan panen raya.

e. Seimbang

Berbisnis menurut ajaran Islam haruslah dilakukan untuk menjaga keseimbangan dan keselarasan dalam alam raya serta memakmurkan bumi.<sup>39</sup> Hal ini tersurat dalam firman Allah SWT dalam QS Huud ayat 61:

﴿ وَإِلَىٰ ثَمُودَ أَخَاهُمْ صَالِحًا قَالَ يَا قَوْمِ أَعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنِّ إِلَهِ غَيْرُهُ ۗ هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوا لَهُ ثُمَّ تَوْبُوا إِلَيْهِ ۗ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُّجِيبٌ ﴿٦١﴾

Artinya: “Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya.” (QS. Huud[11]: 61)<sup>40</sup>

f. Bersaing secara sehat

Persaingan dalam bisnis bukanlah sesuatu yang dilarang.persaingan dapat dijalankan asalkan untuk sarana berprestasi secara fair dan sehat (*fastabiqul khairat*) dan mencari berkah Allah SWT. Persaingan

---

<sup>39</sup>M. Azrul Tanjung, dkk, *Meraih Surga dengan Berbisnis*, Jakarta: Gema Insani, 2013, hlm 89

<sup>40</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an ...*, hlm 182

adalah sesuatu yang wajar, karena Allah SWT menciptakan kita dalam keberagaman, baik etnis, budaya, ekologi, dan sebagainya. Bahkan sebaliknya, persaingan seharusnya dapat memacu umat untuk menjadi lebih baik (*khairu ummah*). Persaingan sungguh adalah mencari partner untuk memacu umat agar menjadi lebih kreatif, inovatif, dan terus berinovasi dalam berbisnis. Namun, dalam bersaing haruslah menjaga etika dan aturan yang telah digariskan dalam agama.

g. Etos kerja

Islam adalah agama amal (kerja), baik untuk kepentingan hidup di dunia maupun kehidupan setelah mati di akhirat. Dalam urusan kerja untuk duniawi, Islam memerintahkan para penganutnya untuk memiliki etos kerja yang tinggi.

h. Profesional

Profesional adalah sebutan bagi orang yang ahli dalam bidang tertentu, yang dipelajari secara khusus. Dalam dunia bisnis, kata ini digunakan untuk menandakan kualitas pengerjaan atau jasa yang tinggi.

Ajaran Islam menuntut umatnya bersikap profesional ketika bekerja atau menjalankan bisnis.<sup>41</sup>

Ada beberapa prinsip dasar yang dianjurkan Islam dalam mendukung aktivitas perdagangan adalah sebagai berikut:

a. Kejujuran (*honesty*)

Kejujuran adalah sesuatu yang harus dilakukan oleh seorang pedagang dalam melakukan aktivitas perdagangannya. Dia tidak boleh berbohong, tidak boleh menipu, tidak berkhianat, tidak ingkar janji, dan hal-hal yang sejenis dengannya.

b. Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan antar pelaku perdagangan, yakni penjual dan pembeli sangatlah penting. Sebab, tanpa adanya kepercayaan dari kedua belah pihak, maka akan sangat sulit terjadi kesepakatan perdagangan antar mereka.

c. Prinsip saling ridha (rela) antara pihak yang terkait (penjual dan pembeli)

Perdagangan yang dianjurkan dalam Islam adalah perdagangan yang membawa, menguntungkan dan membawa berkah bagi kedua belah pihak. Keduanya harus saling rela tanpa adanya paksaan, tidak ada satu pihak yang merasa terzalimi. Hal ini

---

<sup>41</sup>M. Azrul Tanjung, dkk, *Meraih Surga dengan Berbisnis*, Jakarta: Gema Insani, 2013, hlm 93

sebagaimana Firman Allah SWT dalam QS An-Nisa':29<sup>42</sup>

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ  
 اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۚ اِنَّ

اَللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa’[4]: 24)<sup>43</sup>

d. Tidak mendurhakai Allah

Manusia diwajibkan bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Akan tetapi dalam bekerja, manusia tidak boleh melalaikan kewajiban-kewajiban beribadah kepada Allah. Sebagaimana terdapat dalam beberapa ayat Al-Quran, antara lain:

QS al-Jumuah [62]:11

وَإِذَا رَأَوْا تِجْرَةً أَوْ هَمَّوْا أَنْفَضُوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا ۚ قُلْ مَا عِنْدَ

اَللّٰهِ خَيْرٌ مِّنَ اَللّٰهِ وَمِنَ التِّجْرَةِ ۗ وَاللّٰهُ خَيْرُ الرَّٰزِقِيْنَ ﴿١١﴾

<sup>42</sup> Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah*, Depok: Rajawali Pers, 2017, hlm 110

<sup>43</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, ..., hlm 65

Artinya: “Dan apabila mereka melihat perniagaan atau permainan, mereka bubar untuk menuju kepadanya dan mereka tinggalkan kamu sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah: "Apa yang di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perniagaan", dan Allah Sebaik-baik pemberi rezki.” (QS al-Jumuah [62]:11)<sup>44</sup>

QS An-Nuur [24]: 37

يَوْمَ تَشْهَدُ عَلَيْهِمْ أَلْسِنَتُهُمْ وَأَيْدِيهِمْ وَأَرْجُلُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ



Artinya: “laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.” (QS. An-Nuur [24]: 37)<sup>45</sup>

QS At-Taubah [9]: 24

قُلْ إِنْ كَانَ ءَابَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِينُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ

<sup>44</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, ..., hlm 442

<sup>45</sup> Ibid, hlm 283



فَتَرَبَّصُوا حَتَّىٰ يَأْتِيََ اللَّهُ بِأَمْرِهِ ۗ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ  
الْفَاسِقِينَ ﴿٩١﴾

Artinya: “Katakanlah: "Jika bapa-bapa , anak-anak , saudara-saudara, isteri-isteri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari Allah dan RasulNya dan dari berjihad di jalan nya, Maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan Nya". dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik.” (QS. At-Taubah [9]: 24)<sup>46</sup>

#### e. Prinsip Keadilan

Banyak penjelasan-penjelasan dalam Al-Qur’an yang menekankan pentingnya menegakkan prinsip keadilan, terutama dalam hal ekonomi. Dengan menegakkan prinsip keadilan ini, maka akan berpengaruh pada lingkungannya.<sup>47</sup>

#### 4. Tujuan Bisnis dalam Al-Qur’an

Bisnis dalam Al-Qur’an dikategorikan ke dalam tiga kelompok, yaitu: bisnis yang menguntungkan, bisnis yang merugi, dan pemeliharaan prestasi, hadiah, dan hukuman.

- a. Bisnis yang menguntungkan mengandung tiga elemen dasar, yaitu:

<sup>46</sup> Ibid, hlm 152

<sup>47</sup> Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah...*, hlm 111

- 1) Mengetahui investasi yang paling;
  - 2) Membuat keputusan yang logis;
  - 3) Mengikuti perilaku yang baik
- b. Bisnis yang merugi. Bisnis ini merupakan kebalikan dari bisnis yang pertama karena ketidakadaan atau kekurangan beberapa elemen dari bisnis yang menguntungkan.
- c. Pemeliharaan prestasi, hadiah dan hukuman. Dalam hal ini Al-Qur'an menyoroti bahwa segala perbuatan manusia tidak akan bisa lepas dari sorotan dan rekaman Allah SWT. Maka dari itu, siapapun yang melakukan prestasi yang positif akan mendapatkan pahala (*reward*), begitu pula sebaliknya.<sup>48</sup>

## **5. Etika Perilaku Produsen dan Konsumen**

### **a. Etika Perilaku Produsen**

Pada sistem pasar persaingan bebas, produksi barang didasarkan atas gerak permintaan konsumen, dan pada umumnya produsen selalu berupaya untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun apabila aktivitas produsen dipengaruhi semangat ruh Islam, maka aktivitasnya dalam memproduksi barang dan mencari keuntungan akan selalu disesuaikan dengan norma-norma

---

<sup>48</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013, hlm 12

yang berlaku dalam syariat Islam. Berikut ini diuraikan beberapa hal yang terkait pola produksi di bawah pengaruh semangat Islam.

- 1) Barang dan jasa yang haram tidak diproduksi dan dipasarkan. Produsen muslim tidak memproduksi dan memasarkan barang dan jasa yang menyimpang dari ketentuan syariat Islam, seperti tidak memproduksi makanan haram, minuman yang memabukkan, atau menjalankan usaha-usaha maksiat (prostitusi, judi, dan sejenisnya).
- 2) Produksi barang yang bersifat kebutuhan sekunder dan tersier disesuaikan dengan permintaan pasar. Kalau tidak demikian, kegiatan produksi kan membawa dampak negatif terhadap masyarakat. Apalagi jika pemasaran produk diiringi promosi dan iklan besar-besaran, hanya akan melahirkan budaya konsumtif.
- 3) Produsen hendaklah tetap melakukan kontrol (mempertimbangkan sepenuhnya) permintaan pasar.
- 4) Dalam proses produksi dan pemasaran, produsen harus mempertimbangkan aspek ekonomi, misalnya tidak melakukan kegiatan produksi dengan biaya tinggi.

- 5) Tidak melakukan penimbunan barang dengan maksud meraih keuntungan yang besar.<sup>49</sup>

Motivasi kegiatan produsen/ pengusaha/ penjual menurut pandangan Islam adalah:

- 1) Berdasarkan ide keadilan Islam sepenuhnya
- 2) Berusaha membantu masyarakat dengan cara mempertimbangkan kebajikan orang lain pada saat seorang pengusaha membuat keputusan yang berkaitan dengan kebajikan perusahaannya.
- 3) Membatasi pemaksimalan keuntungan berdasarkan batas-batas yang telah ditetapkan oleh prinsip syariat Islam.

#### **d. Etika Perilaku Konsumen**

Dalam ajaran Islam, aspek utama yang memengaruhi tingkah laku konsumen dalam melakukan permintaan kebutuhan terhadap pasar adalah:

- 1) Permintaan pemenuhan kebutuhan terhadap pasar hanya sebatas pada barang yang penggunaannya tidak dilarang dalam syariat Islam..
- 2) Cara hidup yang tidak boros.

---

<sup>49</sup>Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012, hlm 137

- 3) Pemerataan pemenuhan terhadap kebutuhan.konsumen tidak hanya mementingkan kebutuhan yang bersifat materiil semata, tetapi juga mementingkan kebutuhan yang bersifat imateriil, seperti kehendak untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dan hubungan sosial.
- 4) Selain memenuhi kepentingan pribadi, juga memerhatikan kepentingan sosial masyarakat.
- 5) Seorang konsumen juga harus melihat kepentingan konsumen lainnya dan kepentingan pemerintah.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup>Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012, hlm 140

### **BAB III**

## **GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN**

### **A. Gambaran Umum Desa Troso sebagai Sentra Industri Tenun Ikat**

#### **1. Gambaran Umum Desa Troso**

Kabupaten Jepara merupakan salah satu kota yang ada di Provinsi Jawa Tengah yang berada pada bagian paling utara dari pulau Jawa. Di Kabupaten Jepara terdapat berbagai usaha kecil yang berupa kerajinan. Diantaranya adalah kerajinan tenun, meubel, keramik, konveksi, rotan, monel, dan masih banyak lagi yang lainnya.

Untuk usaha tenun yang ada di kawasan Jepara terdapat di Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara yang merupakan sentra kain tenun. Untuk mengetahui lebih mendalam tentang Desa Troso dan usaha tenun yang ada di sana penulis akan memberikan sedikit gambaran tentang Desa Troso.

Sedangkan demografi dan monografi Desa Troso sendiri sebagai berikut:

#### **a. Letak Desa Troso**

Desa Troso berada di kawasan Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara, yang terletak pada ketinggian tanah sekitar 50m di atas permukaan laut,

sedangkan suhu udara Desa Troso cukup panas berkisar pada suhu 32°C.

b. Batas wilayah Desa Troso

- 1) Sebelah utara berbatasan dengan Desa Ngabul
- 2) Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Karang Randu dan Kaliombo
- 3) Sebelah barat berbatasan dengan Desa Ngeling
- 4) Sebelah timur berbatasan dengan Desa Pecangaan Kulon dan rengging<sup>1</sup>

c. Luas Wilayah

Desa Troso merupakan salah satu desa yang memiliki lahan yang cukup luas di kawasan Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara, luas wilayahnya yaitu 711,49 Ha dan 198 Ha lahan pertanian. Wilayah seluas itu terbagi menjadi 10 RW dan 83 RT.

d. Susunan Organisasi

Berikut daftar nama yang menduduki posisi yang ada di susunan organisasi Desa Troso:

- |                        |                |
|------------------------|----------------|
| 1) Petinggi Desa Troso | : Abdul Basyir |
| 2) Carik               | : Abdul Jamal  |
| 3) Kaur keuangan       | : M. Kholiq    |
| 4) Kaur Umum/ TU       | : Mohtadi      |

---

<sup>1</sup> Hasil dokumentasi Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara, dikutip tanggal 24 April 2019

- 5) Unsur Pelaksanaan
  - a) Kebayan : Sukri
  - b) Ladu : H. Towi
  - c) Modin : A. Amin
  - d) Pembantu Modin : M. Subhan dan M. Seno
  - e) Petengan : Abdul Rosyid
- 6) Unsur Wilayah
  - a) Kamituwo I : Arnaning
  - b) Pembantu Kamituwo I : Sumawah
  - c) Kamituwo II : Ahmad Ali
  - d) Pembantu Kamituwo II: Sutar
  - e) Kamituwo III : Muslan
  - f) Pembantu Kamituwo III: Mifrohah dan Sutarno
  - g) Kamituwo IV : H. Ersyad
  - h) Pembantu Kamituwo IV: Hamdan

## **2. Gambaran Umum UKM Tenun Ikat Troso**

### **a. Sejarah Perkembangan Kain Tenun Ikat Troso**

Desa Troso terletak 15 km ke arah tenggara dari pusat kota Jepara. Dari sinilah proses perkembangan sentra industri tenu berawal, berkembang dan mengalami pasang surut dari tahun ke tahun. Menurut legendanya sejarah kain tenun Troso dimulai saat masuknya agama



Islam di wilayah Jawa Tengah dan sekitarnya. Yaitu pada masa berdirinya kerajaan Mataram Islam. Kain ini dipakai pertama kali oleh Mbah Senu dan Nyi Senu saat menemui Ulama besar Mbah Datuk Gunardi Singorojo saat sedang berdakwah di desa Troso. Kemudian pada masa awalnya kain tenun ini, dibuat khusus sebagai pelengkap pakaian raja. Sejak saat itulah keterampilan membuat kain tenun Troso dimiliki oleh warga desa Troso dan diwariskan secara turun menurun.

Pada sekitar tahun 1935, sebelum kemerdekaan Indonesia, para pengrajin tenun Troso membuat kain tenun gedong. Kemudian saat keahlian mereka semakin berkembang, mereka mulai membuat kain tenun pancal, yaitu sekitar tahun 1943.

Pada tahun 1960-an terjadi sebuah perkembangan signifikan pada industri tenun di daerah ini. Dimana saat itu para perajin tenun secara besar-besaran mulai beralih menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) menggantikan alat tenun tradisional. Produksi kain tenun lurik, mori dan sarung ikat mengalami perkembangan pesat secara jumlah maupun kualitas. Saat itu adalah masa keemasan dan kejayaan Kain Tenun Troso. Namun pada akhir tahun 70-an industri tenun Troso mulai mengalami kelesuan ekonomi. Banyak perusahaan tenun mengalami gulung tikar. Peristiwa ini diakibatkan karena

mulai berdirinya perusahaan tenun besar di Indonesia yang menggunakan Alat Tenun Mesin (ATM). Pengrajin tradisional tak mampu bersaing dalam hal harga sehingga industri tenun tradisional tidak berkembang dan bahkan banyak mengalami kebangkrutan.

Pada awal tahun 80-an, industri Tenun Troso sempat mengalami kebangkitan. Unit-unit usaha di pedesaan sempat tumbuh kembali. Produksi tenun tradisional Troso muncul kembali di pasaran. Namun hal ini tidak berlangsung lama. Periode sulit mulai menghampiri lagi industri tenun ini sekitar tahun 1985-1988. Kondisi pasar lesu dan banyak pengusaha tenun mengalami kebangkrutan kembali.

Sampai akhirnya Gubernur Jawa Tengah yang menjabat pada waktu itu turun tangan demi menghadapi masalah ini. Lewat Surat Keputusan Gubernur No: 025/219/1988, yang isinya adalah mewajibkan seluruh pegawai pemerintah dan jajarannya di lingkungan propinsi Jawa Tengah untuk memakai produk tenun setiap hari Jumat. Upaya ini terbukti berhasil mendongkrak konsumsi masyarakat dan produksi tenun di Jawa Tengah, terutama di Troso sebagai pusat produksi kain tenun di Jawa Tengah. Para pengusaha tenun pun kembali bergairah mengembangkan usahanya.

Setelah mengalami titik balik tersebut, industri Kain Tenun Troso terus mengalami perkembangan. Salah satu puncak produksinya adalah pada tahun 2009. Saat itu adalah masa Pemilu di Indonesia, salah satu kandidat Capres dari Partai Demokrat, yaitu Bapak Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) ikut mempopulerkan Kain Tenun Troso dengan memakai dan mengenakannya selama musim kampanye. Tak butuh waktu lama, gaung Kain Tenun Troso menggema di seantero Nusantara. Produksi Tenun Troso meningkat sangat pesat saat itu. Selanjutnya demi menghormati beliau, motif Kain Tenun Troso yang dipakainya itu disebut sebagai motif SBY.

Tak berhenti sampai disitu, kepopuleran Tenun Troso bahkan sampai ke telinga dunia internasional. Salah satu Presiden negara adidaya, Amerika Serikat, yaitu Barack Obama dikenal sebagai salah satu pengagum kain ini. Beliau bahkan memakainya saat upacara resmi kenegaraan. Hal ini membuka mata dunia akan keindahan Kain Tenun Troso. Motif kain tenun yang dipakai Barack Obama waktu itu kemudian diberi nama motif Obama.

Untuk memenuhi permintaan pasar yang sangat tinggi, maka para pengusaha tenun banyak yang memodifikasi alat-alat tenun mereka dengan menggunakan alat listrik, hal ini dimaksudkan supaya

hasil produksinya meningkat dan juga kualitasnya lebih baik.

Usaha ini terus berkembang pesat dari waktu ke waktu. Dan usaha ini menciptakan lapangan kerja bagi warga Desa Troso dan sekitarnya. Hingga Desa Troso mendapatkan sebutan kawasan sentra industri kerajinan tenun ikat Troso.

Pemerintah Desa Troso berharap supaya usaha tenun ikat Troso dapat berkembang terus menerus hingga dapat mengurangi jumlah angka pengangguran dan meningkatkan perekonomian di Desa Troso.

b. Aktivitas Produksi

Kebanyakan aktifitas produksi semua usaha di Desa Troso ini sistematikanya hampir sama. Dan aktifitasnya dilaksanakan di dalam dan di luar perusahaan, artinya ada kegiatan yang ditangani langsung di internal perusahaan dan ada kegiatan yang dilaksanakan oleh pengrajin yang berada di luar perusahaan. Proses produksi di dalam perusahaan meliputi pewarnaan, pembuatan desain, pembuatan benang lungsi dan benang pakan, serta proses penenunan. Jam kerja dimulai pukul 08.00 WIB dan pulang pukul 16.00 WIB. Para karyawan ini bekerja selama 8 jam dalam sehari dengan 1 jam istirahat yang biasanya digunakan untuk makan siang. Dalam satu

bulan, karyawan bekerja rata-rata selama 25 hari dan mereka libur pada hari Jumat dan ada juga dihari minggu dan hari besar lainnya. Tak jarang bila perusahaan mendapat banyak pesanan, para karyawan harus lembur. Dalam satu hari setiap karyawan rata-rata menghasilkan 2 potong kain tenun.

c. Cara Pembuatan

Pembuatan tenun ikat tradisional menggunakan alat tenun bukan mesin atau ATBM. Kain tenun yang dihasilkan dapat dijahit dan bisa dijadikan sebagai pakaian dan perlengkapan busana, kain pelapis mebel, atau penghias interior rumah. Sebelum ditenun, helai-helai benang dibungkus (diikat) dengan tali plastik sesuai dengan corak atau pola hias yang diinginkan. Ketika dicelup, bagian benang yang diikat dengan tali plastik tidak akan terwarnai. Pembuatan tenun ikat menggunakan tiga macam teknik yaitu teknik ikat lungsi, teknik ikat pakan dan teknik ikat berganda atau dobel. Teknik tenun ikat lungsi yaitu bagian benangnya diikat ke arah lungsi untuk mendapatkan ragam hias pada tenun. Sedangkan teknik tenun ikat pakan yaitu bagian benangnya diikat ke arah pakan untuk mendapatkan ragam hias pada tenun, dan teknik tenun ikat berganda atau tenun ikat dobel yaitu ragam hias pada tenun didapat dari mengikat kedua benangnya, yakni benang lungsi dan benang pakan, tenun

ikat double pengerjaannya jauh lebih sulit dari pada tenun ikat lungsi dan tenun ikat pakan, pengrajin tenun ikat double harus memperhitungkan terlebih dahulu persilangan benang dengan motif yang diinginkan, sehingga pada waktu menenun tidak terjadi persilangan yang menyimpang.

d. Pelaku Usaha Industri Tenun Troso

Adapun pelaku usaha industri tenun Troso dibedakan menjadi 3, yaitu:

- 1) Pengrajin yaitu pihak yang hanya memproduksi kain tenun dan tidak menjualnya secara umum.
- 2) Pedagang yaitu pihak yang hanya menjual kain tenun dan tidak memproduksi sendiri kain tenun yang dijualnya.
- 3) Pengrajin dan pedagang, yaitu pihak yang memproduksi dan menjual kain hasil produksinya sendiri.

Para pelaku usaha kain tenun Troso biasanya melayani penjualan melalui 2 cara, yaitu:

1) *Offline*

Jual beli secara *offline* ini biasanya dilakukan dengan cara manual yakni calon pembeli langsung mendatangi outlet penjualan (showroom) para pedagang.

2) *Online*

Melihat perkembangan teknologi yang semakin pesat ini mendorong para pelaku industri Troso untuk tidak hanya berjualan secara *offline* di rumah tetapi juga melayani pemesanan via *online*. Biasanya penjualan via *online* ini dilakukan dengan cara para pedagang memasarkan barang dagangannya melalui media sosial seperti whatsapp, instagram, blog, dan toko *online* yang lain seperti shopee, tokopedia, bukalapak, lazada dan yang lainnya.

Adapun jumlah pedagang *online* ini sangat banyak belum diketahui jumlahnya dan tidak hanya dari pedagang asli Desa Troso Jepara akan tetapi juga banyak dari daerah lain di luar Jepara.

Untuk meminimalisir tindakan kecurangan dalam proses transaksi jual beli kain tenun secara *online* yang dilakukan oleh pedagang kain tenun di Desa Troso diantaranya adalah sebagai berikut:

- a) Pihak pembeli dalam proses pembayaran diharuskan melunasi pembayaran terlebih dahulu sebelum kain tenun dikirim kepada pihak pembeli
- b) Bukti resi transfer pengiriman uang ke rekening pihak penjual difoto dan dikirim melalui pesan whatsapp dan atau aplikasi pengiriman pesan singkat yang lainnya.

- c) Bukti resi pengiriman barang dan barang yang akan dikirim difoto dan dikirimkan lewat pesan singkat Whatspp atau yang lainnya kepada pembeli.
- d) Jenis kain tenun, harga dan informasi lainnya dijelaskan secara rinci agar tidak terjadi kesalahpahaman.<sup>2</sup>

## **B. Gambaran Umum KSU Paguyuban Tenun Troso**

### **1. Deskripsi Umum KSU Paguyuban Tenun Troso**

KSU Paguyuban Tenun Troso adalah lembaga yang bertanggungjawab atas program OVOP Tenun Troso dengan Nomor badan hukum: 518/1921/BH/XIV. 10/IV/2008. Anggota KSU Paguyuban Tenun Troso merupakan gabungan para pengusaha tenun troso berskala kecil dan menengah yaitu sebanyak 13,8% dari jumlah pengusaha tenun di Desa Troso. Hal itu sangat memprihatinkan mengingat persyaratan para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang berkeinginan mendapatkan bantuan teknis, permodalan, pemasaran, pelatihan, bimbingan, dan lain-lain dari program OVOP harus menjadi anggota koperasi.

---

<sup>2</sup> Hasil Wawancara dengan Nia Kamia salah satu pedagang kain tenun ikat dan selaku pemilik Tenun Ikat Nia Kamia pada tanggal 19 April 2019 pukul 10.00 WIB



Untuk menstabilkan harga pasar kain tenun Troso KSU Paguyuban Tenun Troso membuat regulasi pasar dengan menentukan patokan harga untuk para pengusaha dan para pedagang dalam menjual kain tenun Troso. Adapun patokan harga pasar tersebut adalah:

Tabel 3.1

## Daftar Harga Kain Tenun Troso

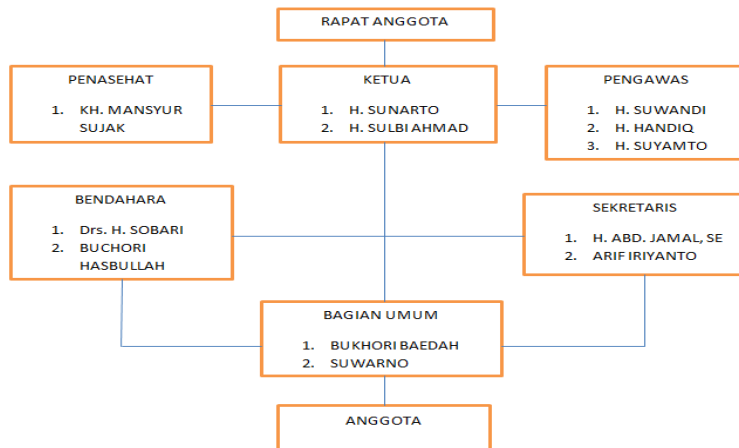
No	Nama Kain	Harga
1	Tenun Ikat Kepala	Rp 35.000,-
2	Tenun Syal	Rp 40.000,-
3	Tenun Selendang	Rp 50.000,-
4	Tenun Taplak Meja	Rp 50.000,-
5	Tenun Sajadah	Rp 35.000,-
6	Tenun Kerudung	Rp 35.000,-
7	Tenun KROTO	Rp 115.000,-
8	Tenun CSM	Rp 150.000,-
9	Tenun Blanket Reguler 1	Rp 90.000,-
10	Tenun Blanket Reguler 2	Rp 125.000,-
11	Tenun Blanket Premium	Rp 150.000,-
12	Tenun Baron 1	Rp 150.000,-

	Dimensi	
13	Tenun Baron 2 Dimensi	Rp 250.000,-
14	Tenun Baron 3 Dimensi	Rp 350.000,-

Sumber: Dokumentasi Paguyuban Tenun Troso

Dalam menentukan harga pasar ini KSU Paguyuban Tenun Troso telah mempertimbangkan dari berbagai faktor, antara lain biaya produksi yakni biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.

## 2. Susunan Organisasi KSU Paguyuban Tenun Troso



3. Tujuan didirikannya KSU Paguyuban Tenun Troso
  - a. Meningkatkan pendapatan, kebanggaan dan kemandirian masyarakat (Pemerintah membantu siapa yang berusaha mandiri).
  - b. Menumbuhkembangkan UMKM Pangrajin Tenun Ikat Troso dengan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) di Kabupaten Jepara
  - c. Meningkatkan kapasitas produksi, sehingga mampu memenuhi pesanan baik lokal maupun ekspor
  - d. Meningkatkan nilai tambah dan harga jual lebih tinggi, yang berdampak meningkatnya pendapatan perajin Tenun Ikat Troso di lingkungan Desa Troso
  - e. Meningkatkan lapangan kerja, mengurangi pengangguran dan mengatasi kemiskinan
  - f. Penumbuhkan wirausaha baru
4. Sasaran KSU Paguyuban Tenun Troso
  - a. Pertumbuhan koperasi dan UKM yang mandiri di daerah
  - b. Penguatan koperasi dan UKM sebagai motor penggerak ekonomi daerah dan nasional
  - c. Peningkatan kemampuan pemasaran dan daya saing produk koperasi dan UKM sesuai standar internasional
  - d. Penciptaan peran koperasi dan UKM dalam penciptaan lapangan kerja

- e. Peningkatan perolehan nilai tambah produk unggulan untuk meningkatkan pendapatan
- f. Peningkatan pemerataan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat seluruh wilayah Indonesia

5. Prinsip KSU Paguyuban Tenun Troso

- a. Lokal tapi global (*Local Yet Global*) yaitu berkaitan dengan pengembangan potensi produk tenun Troso yang menjadi fokus utama pemerintah yaitu dengan mengenalkan produk tenun Troso agar lebih dikenal oleh pasar nasional bahkan internasional.
- b. Kemandirian dan Kreativitas (*Self Rellance creativity*) yaitu memanfaatkan potensi yang dimiliki secara kreatif dengan usaha-usaha yang mandiri yakni pengembangan kemandirian atau pemberdayaan masyarakat Desa Troso melalui ekonomi kreatif.
- c. Pengembangan Sumber Daya Manusia (*Human Resources Development*) yaitu melalui pembinaann dari Pemerintah terhadap masyarakat setempat. Dengan pengembangan motivasi dan kreativitas para pelaku usaha tenun Troso, diharapkan dapat menjadi serangkaian aktivitas dalam rangka perluasan akses

oasar yang ada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Troso.<sup>3</sup>

### **C. Permasalahan Desa Troso sebagai Sentra Industri Kain Tenun Ikat**

#### **1. Praktek Persaingan Harga Para Pedagang Kain Tenun Troso**

Dalam proses jual beli kain tenun yang dilakukan oleh para pedagang kain tenun di Desa Troso sering terjadi permasalahan yang mengakibatkan perselisihan dengan berbagai pihak, baik dengan sesama penjual maupun dengan pihak pembeli. Perselisihan ini timbul disebabkan oleh:

- a. Persaingan harga yang semakin hari semakin memperhatikan yang disebabkan karena masing-masing pedagang ingin menguasai pasar dengan menjual barang dagangan dibawah harga pasar yaitu harga yang sudah disepakati bersama.
- b. Kadang barang rusak atau hilang sehingga dalam hal ini pihak penjual bertanggung jawab penuh terhadap barang yang rusak atau hilang sebelum diterima oleh pihak pembeli.
- c. Kadang kain tenun yang telah dikirim sampai tujuan tidak sesuai dengan jenis kain tenun yang dipesan.

---

<sup>3</sup> Hasil dokumentasi Desa Troso Kecamatan Pecangaan Kabupaten Jepara, dikutip tanggal 24 April 2019

- d. Kehilangan kepercayaan dari konsumen.<sup>4</sup>
2. Alasan Para Pedagang Melakukan Praktek Banting Harga
    - a. Menghabiskan persediaan produk tenun yang berlebihan karena keliru menilai permintaan
    - b. Mengembangkan hubungan perdagangan baru dengan menetapkan harga yang lebih rendah
    - c. Memungut keuntungan sebesar-besarnya dalam perekonomian
  3. Dampak Praktek Banting Harga bagi Para Pedagang Kain Tenun Troso
    - a. Banyak pedagang yang hanya memiliki modal kecil akhirnya gulung tikar
    - b. Menjadi tidak stabilnya harga kain tenun
    - c. Menurunnya omset para pedagang kain tenun

---

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan Nor Sholeh salah satu pedagang kain tenun ikat dan selaku pemilik Tenun Ikat Nor Sholeh pada tanggal 21 April 2019 pukul 14.00 WIB

**BAB IV**  
**ANALISIS PERSAINGAN HARGA JUAL BELI KAIN TENUN**  
**TROSO DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

**A. Praktek Persaingan Harga oleh Pedagang Kain Tenun Ikat Troso Jepara**

Harga merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang. Pasar yang baik adalah persaingan bebas, artinya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran (*demand and supply*). Mekanisme pasar yang sempurna adalah kekuatan pasar yang bersifat massal dan *impersonal* yang merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Karenanya, jika mekanisme pasar terganggu, harga yang tidak adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya, harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil maka para pelaku pasar akan enggan bertransaksi atau walaupun bertransaksi, mereka akan menanggung kerugian.<sup>1</sup>

Persaingan terkait harga yang terjadi di antara para pedagang kain tenun Troso adalah hal yang wajar terjadi, yaitu para pedagang berlomba-lomba memberikan harga yang paling murah agar menarik para pembeli. Sehingga banyak pedagang tidak memperdulikan

---

<sup>1</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012, hlm 111

kesepakatan harga pasar yang telah disepakati bersama oleh KSU Paguyuban Tenun Troso.

Pedagang yang mematok harga lebih ringan dari harga yang telah disepakati oleh KSU Paguyuban Tenun Troso, maka akan banyak pembeli yang mampir kepadanya, dan begitu pula sebaliknya, para pedagang yang menjual barang dagangannya di atas harga para pedagang lainnya, maka akan sepi pembeli. Di Desa Troso para pedagang mematok harga yang sama dengan pedagang lain. Namun tidak jarang ada pedagang yang membanting harga untuk menarik pembeli, dan hal ini akan membuat pedagang yang lain merasa hal demikian adalah untuk menghancurkan bisnisnya, Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha pesaingnya hancur. Walaupun tidak berarti gaya berdagang Rasul seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan harga yang paling ringan dan tidak mengambil untung sebanyak-banyaknya.

Dalam Islam dibolehkan berbagai cara untuk menarik pembeli asal cara tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Bisnis dapat dianalogikan sebagai kegiatan yang bernilai ibadah, jika di dalam kegiatan bisnis diniatkan untuk mencari ridha Allah dan menjunjung tinggi nilai-nilai religius sehingga inovasi dalam pelayanan diperbolehkan berdasarkan ushul fiqh yang menyatakan



bahwa segala sesuatu itu diperbolehkan sampai (kecuali) ada dalil yang melarangnya.

Islam sangat menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan dan sangat mengedepankan kepentingan masyarakat umum dibandingkan kepentingan individu. Inilah mengapa Islam sangat melarang pedagang melakukan kompetisi secara nakal dengan menyingkirkan para kompetitornya dengan cara-cara yang tidak baik. Hal ini seperti yang dilakukan oleh para pedagang kain tenun Troso. Karena beberapa dari mereka ingin unggul dan ingin menguasai pasar akhirnya banyak dari mereka menghalalkan segala cara yaitu salah satunya dengan membanting harga kain tenun jauh dari harga pasar yang telah disepakati sebelumnya.

Perang harga ini tidak hanya terjadi bagi penjual *offline* atau mereka yang hanya melayani penjualan di outlet toko langsung akan tetapi belakangan ini perang harga yang terjadi antara penjual *online* dan *offline* semakin marak. Perang harga yang terjadi di toko *online* bahkan sudah melampaui batas kewajaran. Banyak pedagang yang menjual produk mereka dengan harga sangat rendah demi untuk mendapatkan pelanggan.

Perang harga biasanya banyak dilakukan oleh pedagang baru. Mereka ingin merebut pangsa pasar dengan cara instan. Perilaku ini dapat memicu terjadinya persaingan yang tidak sehat di antara sesama pedagang itu sendiri. Sebab, jika ada pedagang baru menurunkan

harga seenaknya tentu pedagang lain merasa kesal dan akhirnya juga ikut-ikutan menurunkan harganya.

Sebenarnya cara yang dilakukan pedagang baru ini kurang etis. Seharusnya seller pendatang baru menyesuaikan harga harga jual produk mereka dengan harga jual standar (pasar) yang telah terbentuk oleh pedagang lama sebelumnya sehingga sistem persaingan yang sehat akan tetap terjaga.

Pedagang lama yang sudah punya nama dan telah bertahun-tahun menjalani bisnis mereka, (biasanya) jarang melakukan trik perang harga. Karena mereka sangat sadar bahwa cara seperti itu dapat menyebabkan ekosistem (persaingan) yang tidak sehat. Biasanya pedagang lama melakukan trik banting harga hanya untuk tujuan dan alasan tertentu. Misalnya ketika menjual produk lama mereka dengan harga miring (cuci gudang). Atau untuk keperluan promosi, misalnya ketika memberikan diskon tertentu pada produk terbaru, obral di akhir tahun, dan lain-lain. Jadi tujuan mereka melakukan banting harga bukanlah untuk menjatuhkan harga pasar. Mereka melakukan banting harga hanya diwaktu tertentu saja (temporer) untuk tujuan promosi. Nah para seller pendatang baru semestinya harus dapat mengikuti cara senior mereka ketika bersaing merebut hati calon pembeli. Lakukanlah trik yang cantik dan cerdas, yaitu trik yang tidak menciderai masa depan bisnis kita. Nah, seperti inilah cara bersaing yang sehat.

Praktek banting harga dikenal dengan *siyasa al-ighraq* (*dumping*). *Siyasa Al-Ighraq (dumping)* adalah ekspor dari suatu komoditi dengan harga jauh di bawah pasaran, atau penjualan komoditi ke luar negeri dengan harga jauh lebih murah dibandingkan dengan harga penjualan domestiknya. *Siyasa Al-Ighraq (dumping)* diklasifikasikan menjadi tiga golongan, yaitu:

1. *Siyasa Al-Ighraq (dumping)* terus-menerus atau *internasional price discrimination* adalah kecenderungan terus-menerus dari suatu perusahaan monopolis domestik untuk memaksimalkan keuntungannya dengan menjual satu komoditi dengan harga yang lebih tinggi di pasaran domestik, sedangkan harga yang dipasangnya di pasar luar negeri dibuat lebih murah.
2. *Siyasa Al-Ighraq (dumping)* harga yang bersifat predator atau *predatory dumping* praktek penjualan komoditi di bawah harga yang jauh lebih murah ketimbang harga domestiknya. Proses dumping ini pada umumnya berlangsung sementara, namun diskriminasi harganya sangat tajam sehingga dapat mematikan produk pesaing dalam waktu singkat.
3. *Siyasa Al-Ighraq (dumping)* *sporadis* atau *sporadic dumping* adalah suatu komoditi di bawah harga atau penjualan komoditi itu ke luar negeri dengan harga yang sedikit lebih murah daripada produk domestik, namun hanya terjadi saat ingin mengatasi surplus komoditi yang sesekali terjadi tanpa menurunkan harga domestik.

Selama *dumping* itu tidak merugikan, *dumping* tersebut boleh saja. Akan tetapi jika *dumping* sudah mulai merugikan dan merusak mekanisme pasar, maka *dumping* tersebut dilarang. Adapun Islam mengenal istilah *dumping* dengan sebutan (*ighraq*), dan Islam mengharamkan *ighraq* karena merupakan praktek perdagangan tidak jujur dan dapat merusak mekanisme pasar dan monopoli. Monopoli merupakan praktek yang diharamkan dalam Islam.<sup>2</sup>

Untuk meminimalisir ketidakseimbangan harga yang terjadi di pasar, KSU Paguyuban Tenun Troso membuat regulasi harga dengan membuat ketetapan harga pasar melalui kesepakatan dengan para pedagang kain tenun ikat. Adapun harga-harga yang telah disepakati adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

## Data Harga Pasar Kain Tenun Troso

No	Nama Kain	Harga
1	Tenun Ikat Kepala	Rp 35.000,-
2	Tenun Syal	Rp 40.000,-
3	Tenun Selendang	Rp 50.000,-
4	Tenun Taplak Meja	Rp 50.000,-
5	Tenun Sajadah	Rp 35.000,-

---

<sup>2</sup> Nita Anggraeni, "Dumping dalam Perspektif Hukum Dagang Internasional dan Hukum Islam", *Mazahib Jurnal Pemikiran Hukum Islam*. Vol. 14 No. 2, 2015 hlm 161

6	Tenun Kerudung	Rp 35.000,-
7	Tenun KROTO	Rp 115.000,-
8	Tenun CSM	Rp 150.000,-
9	Tenun Blanket Reguler 1	Rp 90.000,-
10	Tenun Blanket Reguler 2	Rp 125.000,-
11	Tenun Blanket Premium	Rp 150.000,-
12	Tenun Baron 1 Dimensi	Rp 150.000,-
13	Tenun Baron 2 Dimensi	Rp 250.000,-
14	Tenun Baron 3 Dimensi	Rp 350.000,-

Sumber: Dokumentasi Paguyuban Tenun Troso

Dalam penentuan harga jual produk dalam rangka optimalisasi keuntungan usaha digunakan penghitungan berikut antara lain:

#### 1. Laba Marginal

Mencari laba marginal dilakukan perhitungan-perhitungan:

##### a. Harga Jual

Tabel 4.2

Hasil perhitungan estimasi harga jual tenun Troso per meter (Rp)

Jenis Produk	Harga Jual
Kain Tipisan	Rp 163.000,-
Kain Tebal	Rp 132.000,-

b. Biaya Variabel

Biaya-biaya variabel terdiri dari:

- 1) Biaya bahan baku
- 2) Biaya bahan pembantu
- 3) Biaya tenaga kerja langsung

Tabel 4.3

Hasil Perhitungan Pemakaian Bahan Baku dan Bahan Pembantu (Rp/m)

No	Jenis Bahan	Biaya Bahan	
		Kain Tipisan	Kain Tebal
1	Benang	Rp 42.000 (0,2 x Rp 210.000)	Rp 31.500 (0,15 x Rp 210.000)
2	Pewarna	Rp 10.500 (0,03 x Rp 350.000)	Rp 8.750 (0,025 x Rp 350.000)

3	Lilin	Rp 15.000 (0,05 x Rp 300.000)	Rp 9.000 (0,03 x Rp 300.000)
Jumlah		Rp67.500	Rp49.250
4	Abu Soda	Rp 15.500 (0.2 x 75.00)	Rp 1.350 (0,18 x Rp 7.500)
5	Rafia, Sepulan, paletan dan sekoci	Rp 21.250 (2,5 x Rp 8.500)	Rp 17.000 (2 x Rp 8.500)
Jumlah		Rp22.750	Rp18.350

Tabel 4.4

## Hasil Perhitungan Upah tenaga Kerja Langsung

No	Jenis Pekerjaan dalam Kegiatan Produksi	Upah Per-meter
1	Karyawan Pembuatan Kain	Rp25.000
2	Karyawan Pencelup dan Pencuci kain	Rp2.500

Selain biaya variabel di atas, terdapat juga biaya variabel yang melekat pada biaya semi variabel. Biaya semi variabel tersebut terdiri dari:

- 1) Biaya *Overhead* Pabrik (BOP), terdiri dari:
  - a) Biaya telepon
  - b) Biaya listrik

- c) Biaya minyak tanah
  - d) Biaya kayu bakar
  - e) Biaya administrasi dan umum perusahaan
- 2) Biaya pemasaran, terdiri dari:
- a) Biaya telepon
  - b) Biaya listrik
  - c) Biaya bahan bakar kendaraan
  - d) Biaya administrasi dan umum perusahaan

Dari biaya-biaya semi variabel di atas dilakukan perhitungan biaya variabel:

Tabel 4.5

Hasil Perhitungan Biaya Semi Variabel pada Biaya BOP  
menjadi Biaya Variabel (BV) (dalam Rp/m)

No	Jenis Biaya	Kain Tipisasn	Kain Tebal
1	Biaya Telpon	Rp3.131.988	Rp2.921.953
2	Biaya Listrik	Rp1.330.904	Rp1.199.158
3	Biaya Minyak Tanah	Rp411.360	Rp370.640
4	Biaya Kayu Bakar	Rp217.937	Rp196.363
5	Biaya Administrasi dan umum	Rp3.269.806	Rp2.946.128



Jumlah	Rp8.362	Rp7.534
--------	---------	---------

Tabel 4.6

Hasil Perhitungan Biaya Semi Variabel pada Biaya Pemasaran Menjadi Biaya Variabel (BV) (dalam Rp/m)

No	Jenis Biaya	Kain Tipisan	Kain Tebal
1	Biaya Telpon	Rp1.625.561	Rp1.464.646
2	Biaya Listrik	Rp403.587	Rp363.636
3	Biaya Bahan Bakar Kendaraan	Rp612.855	Rp552.189
4	Biaya administrasi dan Umum	Rp4.076.981	Rp3.673.401
Jumlah		Rp6.719	Rp6.053

Tabel 4.7

Hasil Perhitungan Total Biaya Variabel Masing-masing Jenis ProsuK (Rp/m)

No	Jenis Biaya	Kain Tipisan	Kain Tebal
1	Bahan baku	Rp67.500	Rp49.250
2	Bahan pembantu	Rp22.750	Rp18.350
3	Tenaga kerja:		
	a. Pembuat Kain	Rp25.000	Rp25.000
	b. Pencelup dan Pencuci	Rp2.500	Rp2.500
4	<i>overhead</i>	Rp8.362	Rp7.534
Total biaya produksi		Rp126.112	Rp102.634
5	pemasaran	Rp6.719	Rp6.054
Total biaya variabel		Rp132.831	Rp108.688

Jika estimasi harga jual dan biaya variabel telah diketahui ( 4.2 dan 4.7), maka laba marjinal dapat diketahui. Perhitungan tentang laba marjinal disajikan dalam bentuk berikut:

Tabel 4.8

Perhitungan laba marjinal per-meter produk (Rp):

Keterangan	Kain Tipisan	Kain Tebal
Harga Jual	Rp 132.000	Rp 163.000
Dikurangi Total Biaya Variabel	Rp 108.688	Rp 132.831
Laba Marjinal	Rp 23.312	Rp 30.169

Hasil perhitungan kontribusi marjin dapat digunakan sebagai koefisien fungsi tujuan pada perhitungan kombinasi produk dengan menggunakan metode *simpleks*. Melalui kesepakatan bersama para pedagang kain tenun ikat mereka sepakat menjual harga kain tenun tenun sesuai dengan kesepakatan tersebut yang telah melalui berbagai pertimbangan.

Namun, banyak dari para pedagang karena ingin menguasai pasar akhirnya mereka memabanting harga dengan menjual dengan harga di bawah harga yang telah disepakati bersama. Misalnya mereka menjual harga tenun kain tebal dengan harga Rp 125.000,- padahal harga yang telah disepakati bersama adalah Rp 150.000,-.

Melihat kondisi seperti ini, Ulama fiqh sepakat menyatakan bahwa ketentuan penetapan harga ini tidak dijumpai di dalam al-Qur'an. Adapun dalam hadits Rasulullah saw, dijumpai beberapa riwayat yang menurut logikanya dapat diinduksikan bahwa penetapan harga itu dibolehkan dalam kondisi tertentu. Faktor dominan yang menjadi landasan hukum *at-ta'sir al-jabbari*, menurut kesepakatan para ulama fiqh adalah *al-maslahah mursalah* (kemaslahatan).<sup>3</sup>

Dari Anas bin Malik, ia berkata: Orang-orang berkata 'Wahai Rasulullah saw, harga telah naik, maka tetapkanlah harga untuk kami.' Lalu Rasulullah saw bersabda 'sesungguhnya Allah yang menetapkan harga, yang mempersempit, dan yang memperluas, dan aku berharap bertemu dengan Allah sedangkan salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezhaliman dalam darah atau harta'. (HR. Abu Dawud).<sup>4</sup>

Menurut Hadist ini, penguasa (imam) tidak berhak menentukan harga yang berlaku di masyarakat, melainkan masyarakat bebas menjual harta benda mereka menurut mekanisme yang berlaku. Penentuan harga sama saja melarang mereka untuk membelanjakan harta mereka. Sedangkan kalangan mazhab Maliki dan Hanafi memperbolehkan penguasa menetapkan harga demi menolak bahaya

---

<sup>3</sup> Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Jakarta: Gema Insani, 2003, hlm 91.

<sup>4</sup> Imam Asy- Syaikani, *Ringkasan Nailul Author*, Jakarta : apaustaka Azzam, 2006, Cet1, hlm 104

hal yang merugikan masyarakat jika harga yang ditetapkan pemilik barang dagangan telah terlalu melampau harga umum. Bila demikian keadaannya maka sah-sah saja memberlakukan penetapan harga melalui musyawarah dengan para pakar demi menjaga kemaslahatan umum.

Namun, pada kondisi tertentu intervensi harga diperbolehkan dalam Islam seperti yang telah dilakukan pada masa Umar. “Dari Sa’îd bin al-Musayyab bahwa Umar bin Khattab pernah melewati Hâtib bin Abû Balta’ah yang sedang menjual kismis di pasar lalu Umar bin Khattab berkata kepadanya; “Ada dua pilihan buat dirimu, menaikkan harga atau angkat kaki dari pasar kami.””. Konsep Umar tersebut menjelaskan bahwa Islam memperbolehkan adanya intervensi harga oleh pemerintah karena adanya distorsi terhadap *genuine demand* dan *genuine supply* dalam rangka melindungi hak pembeli dan penjual.<sup>5</sup>

Pengawasan yang dilakukan oleh Umar terhadap harga tidak bertentangan dengan apa yang diriwayatkan tentang kengganannya Nabi Muhammad saw untuk menentukan harga. Hal tersebut karena dua sebab, yaitu:

1. Naiknya harga dalam keadaan itu yang diminta Nabi Muhammad saw untuk menentukan harganya dari fluktuasi persediaan dan

---

<sup>5</sup> Nita Anggraeni, “*Dumping dalam Perspektif Hukum Dagang Internasional dan Hukum Islam*”, Mazahib Jurnal Pemikiran Hukum Islam. Vol. 14 No. 2, 2015, hlm 165

permintaan barang, artinya bahwa naiknya harga adalah akibat sedikitnya persediaan barang. Karena itu Nabi Muhammad saw enggan menentukan harga dan menjanjikan mereka untuk berdoa kepada Allah agar meluaskan rizki kepada mereka. Hal itu dikuatkan oleh Ibnu Taimiyah.

2. Bahwa Umar tidak membatasi dengan harga tertentu untuk menjual, atau tidak menentukan harga sebagaimana pengertian istilahnya, akan tetapi meminta menjual dengan harga pasar yang dibatasi sesuai fluktuasi nyata antara kemampuan persediaan dan permintaan barang.

Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna adalah resultan dari kekuatan yang bersifat massal dan impersonal, yaitu merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Karenanya jika mekanisme pasar terganggu, maka harga yang adil tidak akan tercapai.<sup>6</sup>

Al-Baji Seorang ahli fiqh madzhab Maliki berpendapat bahwa penetapan harga yang tidak memberikan margin keuntungan yang wajar bagi penjual akan menimbulkan ketidakteraturan harga

---

<sup>6</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008, hlm 330

(*fasad al-as'ar*), kemandegan barang, dan akhirnya kerugian finansial kepada masyarakat.<sup>7</sup>

Dalam konsep ekonomi Islam harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini tidak terjadi bila antara penjual dan pembeli tidak bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan kepentingan atas barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan barang tersebut dari penjual.

Dalam Islam monopoli, duopoli, oligopoli tidak dilarang keberadaannya selama mereka tidak mengambil keuntungan normal. Ini merupakan konsekuensi dari konsep keseimbangan harga. Kondisi pasar yang kompetitif mendorong segala sesuatunya menjadi terbuka, hal ini sebagaimana firman Allah swt dalam surat an-Nisa' ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونِ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar). Kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku atas suka sama sukadiantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu.

---

<sup>7</sup> Ibid, hlm 338

Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.” (QS An-Nisa’ [4]: 29)<sup>8</sup>

Suka sama suka semakna dengan sama-sama merelakan keadaan masing-masing diketahui oleh orang lain, berarti produsen dan konsumen mengetahui secara langsung kelebihan dan kelemahan dari barang yang ada di pasar.

Pada kasus Umar tersebut tidak melarang ketika para pedagang menjual dagangannya dengan harga di bawah harga pasar akan tetapi dengan tujuan untuk menolong hal ini pernah dilakukan oleh Al-Miswar bin Makramah dan Umar seraya berkata ”Semoga Allah swt membalasmu dengan kebaikan”. Akan tetapi sebaliknya apabila para pedagang sengaja menjual dengan harga dibawah harga pasar seperti halnya yang dilakukan oleh Hathib bin Abi Balta’tah maka Umar langsung memerintahkan untuk menjual dengan harga orang-orang di pasar. Produsen dilarang melakukan praktek banting harga atau *dumping* dalam perdagangan demi keuntungan pribadi. Di dalam konsep Islam sendiri bahwa setiap praktek perdagangan yang mendatangkan kezaliman jelas dilarang satu diantaranya praktek banting harga atau *dumping* hal ini seperti yang terjadi pada proses perdagangan kain tenun ikat oleh para pedagang di Desa Troso Pecangaan Jepara.

---

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur’an Terjemah*, Bandung: Diponegoro, 2005, hlm 83.

Sikap Umar terhadap Hathib dimaksudkan untuk menjaga harga pasar yang dibatasi dengan fluktuasi nyata antara kemampuan persediaan dan permintaan barang. Disamping itu larangan Umar untuk menjual barang dagangan di bawah harga pasar atau *dumping* mempunyai petunjuk penting.

Umar sebagai khalifah tidak pernah menetapkan harga hal ini dikarenakan dapat menimbulkan ketidakadilan terhadap mekanisme pasar, Rosulullah saw dalam sebuah hadis dari riwayat Abu Daud dijelaskan bahwa beliau tidak pernah menetapkan harga walaupun pada waktu itu harga melambung tinggi di pasaran.

Sebagaimana pendapat yang mengatakan bahwa para pedagang yang bebas membatasi keuntungan mereka dalam batas-batas kaidah syari'at secara umum, tidaklah menghalangi perintah untuk melakukan standarisasi harga yang memaksa para pedagang untuk menjual barang dagangan mereka dengan harga tertentu.

Majelis Ulama fikih yang tergabung dalam Organisasi Konferensi Islam (OKI) yang diadakan dalam pertemuan kelima di Kuwait, telah melakukan diskusi tentang pembatasan keuntungan para pedagang. Mereka membuat keputusan sebagai berikut:

1. Hukum asal yang diakui oleh nash dan kaidah-kaidah syariat adalah membiarkan umat bebas dalam jual beli mereka, dan mengoperasikan harta benda mereka dalam bingkai hukum



syariat Islam yang penuh perhatian dengan segala kaidah di dalamnya.

2. Tidak ada standarisasi dalam mengambil keuntungan yang mengikat para produsen dalam melakukan berbagai transaksi jual beli mereka. Hal itu dibiarkan sesuai kondisi dunia usaha secara umum dan kondisi pedagang serta kondisi komoditi barang dagangan, namun dengan tetap memperhatikan kode etik yang disyariatkan dalam Islam, seperti sikap santun, qanaah, toleransi dan memudahkan.
3. Terdapat banyak dalil-dalil dalam ajaran syariat yang mewajibkan segala bentuk muamalah bebas dari hal-hal yang diharamkan atau bersentuhan dengan hal-hal yang haram, seperti, penipuan, kecurangan, manipulasi, memanfaatkan ketidaktahuan orang lain, memanipulasi keuntungan (memonopoli penjualan), yang kesemuanya adalah mudarat bagi masyarakat umum maupun kalangan khusus.
4. Pemerintah tidak boleh ikut campur menentukan standar harga kecuali kalau melihat adanya ketidakberesan di pasar dan ketidak beresan harga karena berbagai faktor yang dibuat-buat.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Abdullah Al-Muslih dan Shalah-Ash-Shawi, *Ma La Yasa'at-Tajira Jahluhu, Fikih Ekonomi Keuangan Islam (Terj)* Cek. II, Jakarta : Darul Haq, 2008, hlm 82

## **B. Alasan Para Pedagang Melakukan Persaingan Harga antar Pedagang Kain Tenun Ikat Troso Jepara**

Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang. Pasar yang baik adalah persaingan bebas, artinya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran (*supply and demand*). Mekanisme pasar yang sempurna adalah kekuatan pasar yang bersifat massal dan impersonal yang merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Karenanya jika mekanisme pasar terganggu, harga yang adil tidak akan tercapai. Harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil maka para pelaku pasar akan enggan bertransaksi atau kalupun bertransaksi, mereka akan menanggung kerugian.

Dalam ekonomi Islam siapapun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan distorsi yang bisa merusak harga ataupun mendistorsi pesaing yang lain. Oleh sebab itu Islam melarang praktek-praktek jual beli yang bisa merusak harga antara lain seperti halnya:

### **1. Penipuan**

Penipuan misalnya kolusi produsen dan distributor dalam menetapkan harga (*conspiratorial price fixing*), ketidaktahuan konsumen, penyalahgunaan kuasa dan manipulasi emosi atau menggunakan kondisi psikologi orang yang sedang berkabung.

2. *Gharar*

Gharar jual beli yang tidak memenuhi perjanjian dan tidak dapat dipercaya, dalam keadaan bahaya, tidak diketahui harganya, barangnya, keselamatannya, kondisi barang dan waktu diperolehnya.

3. *Ghaban fa-hisy*

*Ghaban fa-hisy* adalah menjual diatas harga pasar. *Ghabn* adalah selisih antara harga yang disepakati penjual dan pembeli dengan harga yang disepakati penjual dan pembeli dengan harga pasar akibat ketidaktahuan pembeli akan harga. Sedangkan *tadlis* adalah penipuan pada pihak penjual dan pembeli dengan menyembunyikan cacat saat bertransaksi.<sup>10</sup>

4. *Siyasah al-Ighraq (dumping)*

*Siyasah al-Ighraq (dumping)* adalah ekspor dari suatu komoditi dengan harga jauh di bawah pasaran, atau penjualan komoditi ke luar negeri dengan harga jauh lebih murah dibandingkan dengan harga penjualan domestiknya. *Siyasah al-Ighraq (dumping)* adalah sebuah aktivitas perdagangan yang bertujuan untuk mencari keuntungan dengan jalan menjual barang pada tingkat harga yang lebih rendah dari harga yang berlaku di pasaran.

---

<sup>10</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPEF Yogyakarta, 2004, hlm 325.

*Dumping* bertujuan meraih keuntungan dengan cara menjual barang pada tingkat harga yang lebih rendah dari pada harga yang berlaku dipasaran. Perilaku ini secara tegas dilarang dalam Islam karena dapat menimbulkan kemudharatan bagi masyarakat luas.<sup>11</sup>

Seperti yang terjadi di Desa Troso tingkat harga menjadi tidak stabil karena dipengaruhi oleh ulah curang seperti yang dilakukan para pedagang nakal yang melakukan banting harga yaitu para pedagang membanting harganya dengan tujuan untuk menguasai pasar dan untuk menyingkirkan para pesaingnya. Ini biasanya dilakukan oleh para pedagang baru yang ingin menarik pelanggan dan merebut pasar secara instan.

Para pedagang baru melakukan banting harga karena ingin memonopoli pasar secara instan demi memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Mereka rela menjual harga lebih murah demi menarik banyak konsumen dengan tidak memperhatikan para pedagang lain yang menjual kain tenun sesuai harga jual yang telah disepakati bersama. Hanya kepentingan pribadi yang diperhatikan oleh mereka dan tidak memperhatikan kepentingan masyarakat luas.

12

---

<sup>11</sup> Adiwarmam Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010, hlm. 294

<sup>12</sup> Wawancara dengan Ibu Mardiyah salah satu pedagang kain tenun ikat dan selaku pemilik Tenun Ikat Seroja pada tanggal 7 Agustus 2018 pukul 11.00 WIB di Troso Pecangaan Jepara

Pengusaha yang telah terlanjur memproduksi dan menstok barang dalam jumlah banyak yang menurutnya pasti akan laku karena beranggapan pasti dibutuhkan untuk seragam instansi tertentu dan mengira harga barang yang distok tidak akan turun tetapi akan naik ternyata salah dan akhirnya barangnya menumpuk. Akibatnya untuk meminimalisir resiko tersebut pengusaha tersebut menurunkan harga jual kain tenun demi menghabiskan persediaannya tersebut.<sup>13</sup>

### **C. Dampak Persaingan Harga Kain Tenun Ikat di Desa Wisata Atraksi Tenun Troso Pecangaan Jepara**

Persaingan antar pedagang, terkadang memicu mereka untuk banting harga. Fenomena ini menyebabkan pedagang modal kecil terancam gulung tikar. Dinamika di sebuah pasar sangat beragam, tapi semuanya berawal dari satu keinginan yaitu mencari untung. Para pedagang memiliki cara berbeda untuk mewujudkan keinginannya itu. Ada yang mencukupkan diri dengan jalan halal, dan pada saat yang sama, banyak pula yang menghalalkan segala macam cara.

Di antara cara untuk mewujudkan untung ialah dengan menguasai harga jual atau harga beli. Semakin seseorang memiliki keleluasaan mengatur harga jual atau beli, semakin besar keuntungannya. Berbagai faktor tersebut secara dinamis silih berganti dan kadang secara bersamaan memengaruhi naik-turunnya harga jual.

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Muzdalifah salah satu pedagang kain tenun ikat dan selaku pemilik Tenun Ikat Sekoci Antique pada tanggal 25 April pukul 13.00 WIB di Troso Pecangaan Jepara

Dan secara garis besar Islam merestui kondisi ini terjadi di pasar, karena itu semua terjadi secara alami, alias sesuai kodrat Ilahi. Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, "Sejatinya Allah-lah yang menentukan harga, yang menyempitkan, melapangkan rizki dan Yang memberi rezeki. Sungguh aku berharap untuk menghadap kepada Alla tanpa seorangpun dari kalian yang menuntutku dalam suatu tindak kezaliman, baik dalam urusan jiwa ataupun harta." (HR. Abu Dawud).

Uraian tersebut berlaku dalam kondisi normal. Yakni ketika perubahan harga terjadi secara dinamis, selaras dengan kondisi masyarakat, tanpa rekayasa dari pihak mana pun. Namun Anda menyadari, dalam banyak kesempatan, beberapa kalangan dengan sengaja merekayasa kondisi tertentu guna memengaruhi harga jual barang. Mereka lakukan guna mendapatkan keuntungan pribadi, walau dengan mengorbankan kepentingan orang lain, atau bahkan masyarakat.<sup>14</sup>

Para pedagang sering saling menjatuhkan harga jual demi menarik konsumen sebanyak-banyaknya, dan kalau bisa sekaligus menyingkirkan seluruh kompetitornya. Menjual dengan harga yang lebih murah dari harga pasar dapat menyebabkan bahaya bagi umat Islam, baik penjual atau pembeli secara meluas. Inilah yang terjadi

---

<sup>14</sup> <https://www.google.com/kaltim.tribunnews.com/banting-bantingan-harga-menurut-hukum-ekonomi-Islam>, diakses pada tanggal 2 Juli 2019

antar para pedagang kain tenun di Desa Troso. Karena masing-masing dari mereka ingin menguasai pasar, sehingga tidak banyak dari mereka menjual barang dagangannya dengan harga jauh di bawah harga pasar. Akibatnya para pedagang yang memiliki modal kecil tersingkir dan banyak dari mereka terpaksa gulung tikar, hanya pedagang yang memiliki modal besar yang mampu bertahan dan akhirnya menguasai pasar.

Dampak lain yang ditimbulkan dari persaingan harga yang tidak sehat dengan membanting harga di bawah harga pasar ini adalah harga kain tenun Troso yang awalnya telah ditetapkan oleh KSU Paguyuban Tenun Troso menjadi tidak stabil dan anjlok karena ulah beberapa pedagang curang tersebut.<sup>15</sup>

Setelah terjadinya penurunan harga pasar, akhirnya para pembeli tidak mau lagi membeli barang dengan harga pasar normal yakni harga yang telah ditetapkan sebelumnya. Mereka lebih memilih membeli kain tenun tersebut kepada pedagang yang menjual dengan harga yang lebih murah. Akibatnya banyak pedagang yang terpaksa menjual kain tenun dengan harga pasar sekarang yaitu harga yang telah dirusak oleh beberapa pihak nakal yang ingin menguasai pasar.

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Nur Khamidah salah satu pedagang kain tenun ikat dan selaku pemilik Tenun Ikat Bani Sairin pada tanggal 22 April 2019 pukul 09.00 WIB

Hal ini berpengaruh kepada omset para pedagang yang semakin lama semakin turun.<sup>16</sup>

H. Nor Rohmad merupakan pemilik “Sekoci Antique”. Omset penjualan/bulan Rp. 35.000.000,-. Volume penjualan/bulan 1000 meter. Namun berapa tahun terakhir omset penjualannya turun karena imbas permainan harga oleh pelaku pasar yang curang dengan menurunkan harga jual di bawah harga pasar sebelumnya.<sup>17</sup>

Karena turunnya harga jual kain tenun Troso sangat dirasakan oleh H. Sairin selaku pemilik perusahaan “Aneka Warna & Batik Salamah” yang dahulu bisa meraih omset penjualan/bulan Rp. 50.000.000,- akibat dari turunnya harga tersebut sekarang omset yang diperoleh turun menjadi Rp 40.000.000,-/bulan. Banyak pelanggan yang beralih ke pedagang lain yang memasang harga jual tenun lebih murah bahkan jauh dari harga pasar.

Perusahaan “Tunas Harapan” ini milik Hj. Masitoh juga merasakan dampak luar biasa akibat adanya banting harga oleh pihak-pihak tertentu yaitu akhirnya perusahaan ini hampir mengalami

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan Miftahul Ulum salah satu pedagang kain tenun ikat dan selaku pemilik Tenun Ikat Rizquna pada tanggal 22 April pukul 13.30 WIB

<sup>17</sup> Wawancara dengan H. Nor Rohmad salah satu pedagang kain tenun ikat dan selaku pemilik Tenun Ikat Sekoci Antique pada tanggal 24 April pukul 14.00 WIB di Desa Troso Pecangaan Jepara



kebangkrutan karena tidak bisa menghadapi persaingan pasar yang luar biasa ini.<sup>18</sup>

Hal serupa juga dialami oleh Siti Zaetun selaku pemilik Perusahaan “Lestari Indah”. Dahulu omset penjualan/bulan Rp. 100.000.000,- dan sekarang hanya Rp 70.000.000,- karena kehilangan para pelanggan yang beralih ke pedagang yang memasang harga lebih murah.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Wawancara dengan Hj. Masitoh salah satu pedagang kain tenun ikat dan selaku pemilik Tenun Ikat Tunas Harapan pada tanggal 25 April pukul 09.30 WIB di Desa Troso Pecangaan Jepara

<sup>19</sup> Wawancara dengan Hj. Zaetun salah satu pedagang kain tenun ikat dan selaku pemilik Tenun Ikat Lestari Indah pada tanggal 26 April pukul 10.00 WIB di Desa Troso Pecangaan Jepara

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

1. Persaingan harga yang terjadi di antara para pedagang kain tenun Troso termasuk dalam praktek *siyasah al-ighraq (dumping)* yaitu terdapat pengusaha yang berlaku curang dan merugikan dengan membanting harga sehingga merugikan pedagang lain. Hal ini tidak dibolehkan dalam Islam, karena Islam senantiasa mengedepankan kepentingan masyarakat luas dibanding kepentingan segelintir orang.
2. Alasan para pedagang untuk menjual barang kain tenun di bawah harga pasar yang telah ditetapkan sebelumnya (membanting harga) adalah:
  - a. Menghabiskan persediaan produk tenun yang berlebihan karena keliru menilai permintaan
  - b. Mengembangkan hubungan perdagangan baru dengan menetapkan harga yang lebih rendah
  - c. Memungut keuntungan sebesar-besarnya dalam perekonomian
3. Dampak dari adanya praktek banting harga oleh para pedagang kain tenun Troso adalah:
  - a. Banyak pedagang yang hanya memiliki modal kecil akhirnya gulung tikar

- b. Menjadi tidak stabilnya harga kain tenun
- c. Menurunnya omset para pedagang kain tenun

## **B. SARAN**

1. Untuk para pelaku pasar dilarang berlaku curang dengan membanting harga kain tenun di bawah harga pasar karena hal tersebut bisa mendatangkan kerugian untuk pihak lain.
2. Baik penjual atau pembeli harus paham akan hukum pasar dan etika dalam berbisnis, sesuai dengan hadits diriwayatkan oleh Imam Malik bahwa Umar ra. Menyampaikan kepada umatnya, "*Hendaknya tidaklah berdagang di pasar kita selain orang yang telah paham (berilmu)*". Hal ini dimaksudkan agar terciptanya suatu keadilan di pasar.
3. Bagi KSU Paguyuban Tenun Troso selaku pemerintah sebaiknya menetapkan intervensi harga yang tegas dan adil agar harga yang berlaku di pasar stabil dan harus bertindak tegas dalam menindak siapapun yang bersalah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Nita, “*Dumping dalam Perspektif Hukum Dagang Internasional dan Hukum Islam*”, *Mazahib Jurnal Pemikiran Hukum Islam*. Vol. 14 No. 2, 2015
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Asy-Syaukani, Imam, *Ringkasan Nailul Author*, Cet. 1, Jakarta: apaustaka Azzam, 2006
- Badroen, Faisal, at all, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta:Prenada Media Group, 2006
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group, 2007
- Chamid, Nur, *Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Cet. Ke-1*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010
- Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Bandung: Diponegoro, 2005
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Pennebar Plus, Jakarta, 2012
- Eka Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, Ed. 1, Cet.Ke-1, Jakarta: Kencana, 2014
- Fairuzah Aisyah, Ly, *Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi pada CV. Azka Syahrani Collection)*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011

- Fatoni, Siti Nur, *Pengantar Ilmu Ekonomi (Dilengkapi dasar-dasar ekonomi Islam)*, Cet. Ke-1, Bandung: Pustaka Setia, 2014
- Fauzia, Ika Yunia, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013
- Ghofur, Abdul, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah*, Depok: Rajawali Pers, 2017
- Hakim, Lukman, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Surakarta: Erlangga, 2012
- Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat)*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2009
- Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonnesia*, Jakarta: Kencana 2009
- Huda, Nurul, *Ekonomi Makro Islam;Pendekatan teoritis* , Cet-1, Jakarta: Kencana Prenamedia Grup, 2008
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: GP Press, 2009
- Islahi, A.A., *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah* , Anshari Thayib, Jakarta: PT Bina Ilmu Offset, 1997
- Ismail Yusanto, M. Karebet Widjajakusuma, *Menggangas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press,2002
- Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khattab*, Jakarta: Khalifa (Pustaka Al-Kautsar Grup), 2006
- Karim, Adiwarman Azwar, *Ekonomi Islam suatu Kajian Kontemporer* , Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Karim, Adiwarman Azwar, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010

- Kuncoro, Mudrajat, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005
- Latifa M. Al- Graoud dan Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syari'ah* , Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001
- Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam*, Cet. Ke-1, Yogyakarta: BPF, 2004
- Muhammad, *Paradigma, Metodologi dan Aplikasi Ekonomi Syari'ah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- M. Nur Rianto Al-Arif dkk, *Dasar-dasar Ekonomi Islam* , Cet.Ke-1, Solo: Era Adicitra Intermedia, 2010
- Mujahidin, Akhmad, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007
- Nur Fajrina, Dyas, Skripsi “*Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari'ah Pada Wirausaha Muslim (Studi Pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kaliwungu Indah-Kendal)*”, Semarang: Walisongo, 2015
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* , Cet. Ke-6, Jakarta: Rajawali Pers, 2014
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika dalam Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 1997
- Qardhawi, Yusuf, *Peran, Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Robbani Press, Jakarta, 1995
- Rivai, Veithzal, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012

- Suhasril dan Mohammad Taufik Makarao, *Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010
- Sumarsono, Sonny, *Metodologi Riset Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2004
- Tanjung, M. Azrul, dkk, *Meraih Surga dengan Berbisnis*, Jakarta: Gema Insani, 2013
- Tim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang, *Pedoman Penulisan skripsi*, Semarang: BASSCOM CREATIVE, 2014
- Tjiptono, Fandi, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997
- Utomo, Setiawan Budi, *Fiqh Aktual (Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer)*, Jakarta: Gema Insani, 2003
- Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi!*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013
- Widiyono dan Mukhaer Pakkanna, *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global*, Jakarta: Mutra Wacana Media, 2013
- Wawancara dengan Ibu Mardiyah pemilik “Seroja Tenun Ikat”, tanggal 7 Agustus 2018 pukul 11.00 WIB di Troso Pecangaan Jepara
- Wawancara dengan Nia Kamia pemilik “Tenun Nia Kamia”, tanggal 19 April 2019 pukul 10.00 WIB di Troso Pecangaan Jepara
- Wawancara dengan Nor Sholeh pemilik “Tenun Nor Sholeh”, tanggal 21 April 2019 ada pukul 14.00 WIB di Troso Pecangaan Jepara

Wawancara dengan Nur Khamidah pemilik “Tenun Bani Sairin”, tanggal 22 April 2019 pukul 09.00 WIB di Troso Pecangaan Jepara

Wawancara dengan Miftahul Ulum pemilik “Tenun Ikat Rizquna”, tanggal 22 April pukul 13.30 WIB di Troso Pecangaan Jepara

Wawancara dengan Syariva Khoziyah pemilik “Syariva Collection”, tanggal 24 April pukul 11.30 WIB di Troso Pecangaan Jepara

Wawancara dengan H. Nor Rohmad pemilik “Tenun Ikat Sekoci Antique”, tanggal 24 April pukul 14.00 WIB di Desa Troso Pecangaan Jepara

Wawancara dengan Amaliah firdaus pemilik “Rizquna Tenun Ikat”, tanggal 24 April pukul 16.00 WIB di Troso Pecangaan Jepara

Wawancara dengan Muzdalifah pemilik “Tenun Ikat Sekoci Antique” pada tanggal 25 April pukul 13.00 WIB di Troso Pecangaan Jepara

Wawancara dengan Hj. Masitoh pemilik “Tenun Ikat Tunas Harapan”, tanggal 25 April pukul 09.30 WIB di Desa Troso Pecangaan Jepara

Wawancara dengan Hj. Zaetun pemilik “Tenun Ikat Lestari Indah”, tanggal 26 April pukul 10.00 WIB di Desa Troso Pecangaan Jepara

<https://www.google.com/kaltim.tribunnews.com/banting-bantingan-harga-menurut-hukum-ekonomi-Islam>, diakses pada tanggal 2 Juli 2019



## LAMPIRAN

### LAMPIRAN A

#### DOKUMENTASI PENELITIAN

Lokasi: KSU Paguyuban Tenun Ikat Troso



Lokasi: Rumah Produksi UKM Tenun Ikat Troso



## **LAMPIRAN B**

### **DOKUMENTASI KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

#### **1. DRAFT WAWANCARA**

##### **a. Ketua Paguyuban**

- 1) Tujuan paguyuban
- 2) Sejarah desa Troso sebagai desa sentra tenun ikat
- 3) Sudah berapa lama industri tenun berdiri
- 4) Berapa jumlah pengusaha tenun
- 5) Berapa harga-harga dari produk kain tenun
- 6) Adakah batasa minimal dan maksimal harga tenun
- 7) Pernah terjadi persaingan harga apa tidak
- 8) Kenapa?
- 9) Bagaimana mengatasinya?

##### **b. Pedagang**

- 1) Produk apa saja yang paling laris di pasaran
- 2) Bagaimana omset
- 3) Harganya bagaimana
- 4) Jangkauan pemasaran
- 5) Tingkat kelancaran
- 6) Kenapa?

## 2. SURAT BUKTI TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

### SURAT KETERANGAN

Yang tanda tangan di bawah ini:

Nama : H. SUNARTO  
Jabatan : Ketua KSU Paguyuban Tenun Troso  
Alamat : Troso RT 01 RW 02 Pecangaan Jepara  
No. Hp : 081327303770

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Evi Suryaningsih  
NIM : 1705026189  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Telah melakukan penelitian di Desa Troso Pecangaan Jepara untuk penulisan skripsi dengan judul "ANALISIS PERSAINGAN HARGA DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Home Industry Tenun Ikat Di Desa Wisata Atraksi Tenun Troso Pecangaan Jepara)"

Demikian ini surat keterangan ini dibuat, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jepara, 28 Juni 2019

Hormat kami,



(H. SUNARTO)

Ketua Paguyuban Tenun Troso

**BUKTI BERUPA TANDA TANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA**

Dengan ini kami wirausaha Tenun Ikat Troso Pecangaan Jepara yang menjadi informan dalam penelitian ini menyatakan:

Nama : Evi Suryaningsih  
NIM : 1705026189  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Menyatakan bahwa mahasiswa ini benar-benar telah melakukan wawancara untuk mengumpulkan data penelitian guna menyelesaikan skripsinya yang berjudul "ANALISIS PERSAINGAN HARGA DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Home Industry Tenun Ikat Di Desa Wisata Atraksi Tenun Troso Pecangaan Jepara)". Surat ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jepara, 28 Juni 2019

Responden I

  
(.....Amaliah Firdaus.....)

Responden III

  
(.....Gusfan Nur.....)

Responden V

  
(.....Nfa Kamia.....)

Responden VII

  
(.....Muzdalifah.....)

Responden II

  
(.....Muzdalifah.....)

Responden IV

  
(.....Nur Sholeh.....)

Responden VI

  
(.....Mardiyah.....)

Responden VIII

  
(.....Nur Khamidah.....)

**BUKTI BERUPA TANDA TANGAN TELAH MELAKUKAN WAWANCARA**


Responden IX

  
(.....  
Fatkhul Mubtin.....)

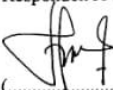
Responden XI

  
(.....  
Aslari.....)

Responden XIII

  
(.....  
Zamami.....)

Responden XV

  
(.....  
Hartono.....)


Responden XVII

  
(.....  
Suhan.....)

Responden XIX

  
(.....  
Nasir.....)


Responden X

  
(.....  
Syarifah Khodiyah.....)

Responden XII

  
(.....  
Siti Rukhlyah.....)


Responden XIV

  
(.....  
Bambang Suharjo.....)


Responden XVI

  
(.....  
Sugeng.....)

Responden XVIII

  
(.....  
Bukhori.....)

Responden XX

  
(.....  
Abdul Jamal.....)

Peneliti



( Evi Suryaningsih )



## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Evi Suryaningsih

TTL : Jepara, 28 Mei 1996

Alamat Asal : Troso RT 04 RW 01 Kec. Pecangaan Kab.  
Jepara

Pendidikan :

1. MI Matholi'ul Huda 01 Troso lulus tahun 2008
2. MTs Matholi'ul Huda Troso lulus tahun 2011
3. MA Matholi'ul Huda Troso lulus tahun 2014
4. DIII Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang lulus tahun 2017

Pengalaman Kerja:

1. Magang di BMT Walisongo Mijen Semarang
2. Magang di BMT BUS kantor Cabang Pecangaan Jepara
3. Magang di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Yang Menyatakan,

Evi Suryaningsih