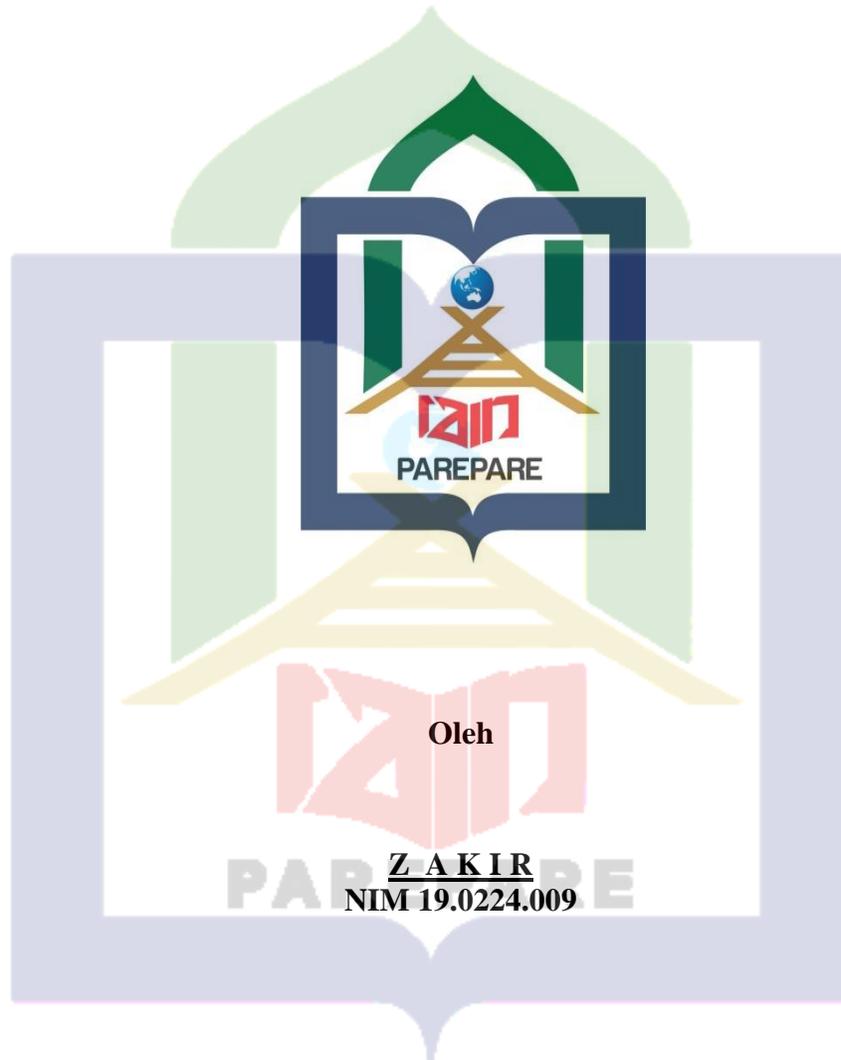


TESIS

TRANSAKSI JUAL BELI IKAN DI PASAR SENGGOL PAREPARE

(ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM)



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCA SARJANA IAIN PAREPARE**

2021

PENGUNTAHAN KEMISI PENGUJI

Tesis dengan judul "Dramatisasi Awal Rabi'ul Awwal di Pasir Sanggal Parepare (Studi Kasus Masyarakat Islam)" yang disusun oleh Penulis ZAKIR, NIM. 19.0224.005, telah diajukan dan dipertahankan dalam sidang Ujian Tulis Mawarwati yang diselenggarakan pada hari Rabu, 25 Juli 2021 Mawarwati, bertempat dengan 18 DhuhaJah 1442, bertempat telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam program studi Hukum Syariah pada Pascasarjana IAIN Parepare.

KETUA PENGHIMPUN UTAMA PENGUJI

1. Dr. H. Saiful, M. Ag.

SEKRETARIS PENGHIMPUN PUNDIA PENGUJI

1. Dr. H. Mulya, M. Ag.

PENGURUS UTAMA

1. Dr. Syarifah Samud, S.E., M.M.

2. Dr. Damar, S.E., M.M.

IAIN
PAREPARE

Parepare, 25 Juli 2021
Diketahui OAS
Ditandatangani
IAIN Parepare

[Signature]
Dr. H. Saiful, M. Ag.
No. 28312111111111111111

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zakir

NIM : 19.0224.009

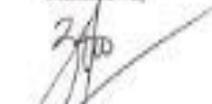
Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Tesis : Transaksi Jual Beli Ikan di Pasar Senggol Parepare
(Analisis Etika Bisnis Islam)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan penuh kesadaran, tesis ini benar adalah hasil karya Penyusun sendiri. Tesis ini, sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Jika ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur unsur plagiasi, maka gelar akademik yang saya peroleh batal demi hukum.

Parepare, 20 Juli 2021
Mahasiswa,



ZAKIR
NIM. 19.0224.009

ABSTRAK

Zakir “*Transaksi Jual Beli Ikan di Pasar Senggol Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)*” di bimbing oleh Bapak H. Suarning, dan Ibu Hj. Muliati.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku penjual ikan dan pembeli di Pasar Senggol Kota Parepare, mengetahui mekanisme jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare analisis etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan instrumen penelitian berupa daftar wawancara, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari hasil wawancara dengan penjual dan pembeli di Pasar Senggol Parepare. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan 1) Perilaku dalam jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare bervariasi, terdapat penjual yang memiliki motif untuk mencari keuntungan maksimal, dan penjual dengan jiwa sosial yang tinggi. Adapun perilaku pembeli ikan di Pasar Senggol Parepare diantaranya terdapat pembeli yang suka menawar, dan pembeli yang hanya memilih ikan berdasarkan kualitasnya, serta memilih langganan berdasarkan kenyamanan. 2) Mekanisme jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare terbentuk secara alamiah berdasarkan kebutuhan pokok masyarakat. 3) Etika bisnis Rasulullah yang telah dijalankan adalah nilai kejujuran dan amanah, tidak melakukan penimbunan, suka rela, dan barang yang suci dan halal, akan tetapi yang masing menyimpang dari etika bisnis Islam seperti terdapat indikasi *gharar*.

Kata Kunci : *Jual Beli, Etika Bisnis Islam*

ABSTRAK

Name : **Zakir**
 NIM : **19.0224.009**
 Title : **Fish Sale and Purchase Transactions at Senggol Parepare Market (Analysis of Islamic Business Ethics)” guided by Mr. H. Suarning and Mrs. Hj. Muliati**

The purpose of this study was to determine: (1) the behavior of the sellers and buyers of fish in Senggol Market of Parepare (2) the mechanism of buying and selling fish in the area, and (3) the analysis of Islamic business ethics on fish buying and selling transactions that occurred.

The method used in this research was descriptive qualitative with a phenomenological approach. Data was collected using a research instrument in the form of a list of interviews. Data collection technique was in the form of interviews, observations, and documentation. The source of data in this study was primary data sourced from interviews with sellers and buyers at the market. The data analysis techniques used were data reduction, data presentation, and drawing conclusions or verification.

The results showed: 1) The behavior of buying and selling fish at Senggol Market of Parepare was varied, there were sellers who had a motive to seek maximum profit, there were also sellers with a high social spirit. The behavior of fish buyers at the market included buyers who liked to bargain, buyers who only chose fish based on quality, and buyers who chose seller subscriptions based on their convenience. 2) The mechanism of buying and selling fish in Senggol Market of Parepare was formed naturally based on the basic needs of the community. 3) The Prophet's business ethics that had been carried out were in the form of honesty and trustworthiness values, not hoarding, volunteering, and only providing clean and halal goods. However, there were things that still deviated from Islamic business ethics, such as indications of doing *gharar*.

Keywords: Buying and Selling, Islamic Business Ethics

Has been legalized by
The Head of Language Center



(Signature)
Amzah Selle

تجريد البحث

الإسم : ذاكر

رقم التسجيل : ٩١.٤٢٢٠.٩٠٠

موضوع الرسالة : معاملة بيع وشراء الأسماك في السوق السيفغالي فرى فارى (تحليل أخلاقيات الإسلامية) بإرشاد الحاجة سورننج و الحاجة موليات.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد سلوك بائعي ومشتري الأسماك في السوق السيفغالي فرى فارى، تعرف على الآلية بيع وشراء الأسماك في السوق السيفغالي فرى فارى. طريقة البحث المستخدمة في الدراسة وصفية نوعية، مع نجح ظاهري. ويتم جمع البيانات والأدوات البحثية تقنيات جمع البيانات المقابلة والملاحظة و الوثائق مصادر البيانات في هذا البحث هي بيانات أولية مأخوذة من مقابلات مع البائعين والمشتريين في السوق السيفغالي فرى فارى تقنيات تحليلها البيانات في هذا البحث هي تقليل البيانات أو عرض البيانات أو رسم الاستنتاج أو التحقيق.

أظهرت النتائج أن (١) السلوك في بيع وشراء الأسماك في السوق السيفغالي فرى فارى متنوع، هناك بائعون لديهم الدافع لتحقيق أقصى ربح، وبائع يتمتع بروح اجتماعية عالية. فيما يتعلق بسلوك مشتري الأسماك في السوق السيفغالي فرى فارى منبينهم مشتريين يحبون المساومة، والمشتريين الذين يختارون الأسماك على أساس جودتها فقط. واختيار الاشتراك على أساس الراحة. (٢) آلية بيع وشراء الأسماك في السوق السيفغالي فرى فارى تتشكل طبيعي على أساس الاحتياجات الأساسية للجمع. (٣) إن أخلاقيات الأعمال التي قام بها

الرسول الله عليه وسلم هي قيمة الصدق والثقة، لاكتناز، متطوع، والأشياء المقدسة والحلال، ومع ذلك، فإن أولئك الذين ما زالوا ينحرفون عن أخلاقيات العمل الإسلامية حيث توجد مؤشرات على الغرر.

الكلمات الرئيسية : بيع وشراء ، أخلاقيات الإسلامية.

إتفق عليها:



رئيس مركز اللغة

Amzah Selle

الكتاب
PAREPARE

KATA PENGANTAR

Bismillahir Rahmaanir Rahim

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. berkat hidayah, petunjuk, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar "Magister Ekonomi Syariah" Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Bapak Katjo Pani dan Mama Hj. Ruya tercinta yang telah mendidik dan memberikan do'a tulusnya, sehingga penulis memperoleh kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya sebagaimana mestinya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan nasehat dari Bapak DR. H. Suarning, M.Ag. dan Ibu DR. Hj. Muliati, M.Ag. selaku Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping. Atas segala bantuan dan nasehat yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan, menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai "Ketua IAIN Parepare" yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu DR. Syahriyah Semaun, S.E.,M.M dan DR. Damirah, S.E., M.M selaku Penguji dan Penilai yang telah memberikan banyak masukan untuk penyempurnaan tesis ini.
3. Bapak Kepala Sekolah, guru dan staf SMP Negeri 4 Parepare yang telah

..

memberikan dorongan materiil dan moril dalam penyelesaian perkuliahan Program Pasca Sarjana IAIN Parepare

4. Saudara Asriadi yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi kolaborator dalam penyusunan tesis ini.
5. Istriku tercinta Nurliah Beddu, S.Pd dan Anak-anakku (Rezkyawan Nurzakli, Sultani Najwa Tammalele, M. Khusnul Dzaki Tandisaur dan Ahmad Ghibran Manyambungi) telah meluangkan waktu yang banyak untuk memberikan semangat kepada penulis.
6. Sahabat-sahabat yang telah berlaku baik kepada penulis
7. Serta teman-teman yang ikut memotivasi penulis untuk menyelesaikan Tesis ini.

Penulis tak lupa pula mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materiil hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. menilai segala kebaikan sebagai amal jariah dan melimpahkan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan tesis ini.

Parepare, 10 Juli 2021

Zakir
NIM 19.0224.002

PAREPARE

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Garis Besar Isi Tesis.....	8
BAB II KEPUSTAKAAN	
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	10
B. Tinjauan teoritis	13
1. Teori Perilaku.....	13
2. Teori Transaksi.....	16
4. Teori Mekanisme pasar	20
5. Teori Jual Beli	22
6. Teori Etika Bisnis Islam.....	30
7. Teori Ekonomi Islam.....	37

C. Tinjauan Konseptual	47
D. Kerangka Pikir	49
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	52
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	53
C. Fokus Penelitian	53
D. Jenis dan Sumber Data	53
E. Teknik Pengumpulan Data	54
F. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Perilaku Penjual dan Pembeli Ikan di Pasar Senggol	58
B. Mekanisme Jual Beli Ikan di Pasar Senggol	73
C. Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Transaksi Jual Beli Ikan di Pasar Senggol Parepare	83
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	116
BIOGRAFI	132

DAFTAR GAMBAR

NO	NAMA	HALAMAN
1	KERANGKA PIKIR	50



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam merupakan agama komprehensif yang senantiasa *solihul zaman baal makan* Islam mencakup seluruh aspek kehidupan manusia atau Kaffah mulai dari urusan pribadi sampai urusan kemasyarakatan dari aspek ibadah sampai muamalah atau aspek yang terkait dengan *hablum minallah* hubungan dengan Allah swt maupun *hablum minannas* hubungan dengan manusia di antara aspek yang tercakup dalam ajaran Islam adalah tuntunan tentang ekonomi yang mencakup aspek produksi distribusi dan konsumsi oleh karenanya aktivitas ekonomi harus dalam bingkai aqidah dan Syariah.¹ Aqidah tersebut mencakup berbagai hal yang menyangkut tentang keyakinan seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya bersama dengan Allah swt, ia juga sebagai manusia yang meyakini ke-esaan Allah swt sebagai Sang Maha kuasa yang tunggal.

Islam mengajarkan manusia agar menjalani kehidupan secara benar sebagaimana telah diatur oleh Allah swt. bahkan, usaha untuk hidup secara benar dan menjalani hidup secara benar inilah yang akan membuat seseorang bernilai tinggi. Ukuran baik dan buruk kehidupan sesungguhnya tidak diukur dari indikator-indikator lain melainkan dari sejauh mana seorang manusia berpegang teguh kepada kebenaran. Untuk itu, manusia membutuhkan suatu pedoman tentang kebenaran dalam hidup, yaitu agama (*dien*).

¹Havis Aravik dan Fakhry Zamzam, *Filsafat Ekonomi Islam, Ikhtiar Memahami Nilai Esensial Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2020), h. 1.

Seorang Muslim yakin bahwa Islam adalah satu-satunya agama yang benar dan di ridhahi Allah swt. Islam telah mencakup seluruh ajaran kehidupan secara komprehensif. Jadi, agama merupakan kebutuhan manusia yang paling penting. Islam mengajarkan bahwa agama bukanlah hanya sebatas ritualitas, namun agama berfungsi untuk menuntun keyakinan, memberikan ketentuan atau aturan kehidupan serta membangun moralitas manusia.² Hakikat agama inilah yang harus menjadi pegangan utama bagi setiap manusia agar capaian tujuan utama berupa falah dapat tercapai dengan baik.

Ajaran Islam memuat ketentuan dalam pemenuhan kebutuhan dasar serta pemerataan distribusi pendapatan dan kekayaan, bukan hanya tugas individual masyarakat, tetapi juga merupakan kewajiban yang bersifat kolektif seluruh masyarakat. Setiap individu harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan dirinya, keluarganya, kerabatnya, tetangganya dan seluruh masyarakatnya sesuai dengan kemampuannya. Demikian pula negara harus menjamin kebutuhan dasar dan pemerataan distribusi pendapatan dan kekayaan ini, sebab negara dibentuk memang untuk mengemban berbagai tugas kolektif. Negara memiliki perangkat dan sumber daya termasuk keuangan untuk memberikan jaminan ini. Desain pembangunan ekonomi secara keseluruhan tidak bisa diserahkan begitu saja kepada mekanisme pasar, sebab pasar memiliki kegagalan dan ketidaksempurnaan. Negara bertugas untuk membuat perencanaan sekaligus mengawasi jalannya pembangunan ekonomi. Untuk mengelola perekonomian, pemerintah dalam sistem ekonomi Islam akan menggunakan kebijakan moneter dan fiskal dengan pendekatan multidisiplin.³

²Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam, Edisi I* (Cet. XI; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 6.

³Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam, Edisi I* (Cet. XI; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 84.

Namun meskipun demikian, selain daripada pemerintah yang memiliki peran dominan dalam ekonomi, tetapi juga masyarakat memiliki peran yang cukup signifikan dalam tatanan ekonomi suatu Negara.

Paradigma yang berkembang dalam konsep kerja dan Bisnis Islam mengarah kepada pengertian kebaikan (*thoyyib*) yang meliputi materinya itu sendiri cara perolehannya dan cara pemanfaatannya. Abdullah bin Mas'ud radhiallahu Anhu meriwayatkan bahwa Rasulullah saw. bersabda “dan mendapatkan rezeki yang halal adalah kewajiban setelah kewajiban” atau dengan kata lain bahwa bekerja untuk mendapatkan yang halal adalah kewajiban agama yang kedua setelah kewajiban pokok dari agama seperti shalat, zakat, puasa dan haji. Selain itu menurut Khalid Baig dalam Faisal Badroen menyebutkan bahwa terdapat tiga pesan penting yang dapat diterima dari hadis tersebut pertama hadits ini disinyalir secara jelas permasalahan dikotomi antara dunia material dan spiritual di atas juga memberikan pesan bahwa yang diwajibkan bukan saja untuk mencari uang tetapi bagaimana mendapatkan uang yang halal ketiga yang tidak kalah penting adalah usaha untuk mencapai pendapatan yang halal tersebut tentunya tidak mengurangi usaha dalam memenuhi kewajiban yang lebih utama dalam agama.⁴

Prinsip ini merupakan konsep dasar bagi umat Islam di dalam hal mencari kehidupan perekonomian untuk memenuhi kebutuhan hidupnya bahwa memang pada dasarnya rezeki merupakan hal yang harus diupayakan sehingga dengan mendapatkannya maka seseorang mampu bertahan hidup sebagai bentuk dari menjalankan kewajiban yang telah diberikan oleh Allah swt. kepada manusia. Pada dasarnya Islam memberikan batasan di dalam hal mencari rezeki di dunia ini,

⁴Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 131.

batasan-batasan itu tidak terlepas dari kebaikan bersama dan keberkahan dari Allah swt.. Berikut Allah swt berfirman dalam Q.S. An-Nisaa’/4 : 29-30 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا وَمَنْ يَفْعَلْ ذٰلِكَ عُدُوْنَا وَظُلْمًا فَسَوْفَ نُصَلِّيْهِ نَارًا وَّكَانَ ذٰلِكَ عَلٰى اللّٰهِ يَسِيْرًا

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah swt. adalah Maha Penyayang kepadamu. 30. dan Barangsiapa berbuat demikian dengan melanggar hak dan aniaya, Maka Kami kelak akan memasukkannya ke dalam neraka. yang demikian itu adalah mudah bagi Allah swt.⁵

Ayat di atas menghimbau orang-orang yang mengimani Al-Qur’an supaya tidak memakan harta apapun yang diperbolehkan atau didapat dengan jalan atau cara yang bathil. Apabila sampai menggunakan tindakan kekerasan yang boleh jadi berujung pada kematian atau pembunuhan antar sesama umat manusia perorangan maupun kelompok. Siapapun orangnya yang memperoleh harta dengan cara yang bathil apabila dengan menggunakan permusuhan dan penganiayaan maka ancamannya adalah neraka yang di tangan Allah swt. sangat mudah untuk memasukkannya sebab memperoleh harta dengan cara yang bathil oleh Al-Qur’an dinyatakan termasuk kedalam perbuatan dosa besar yang harus dijauhi.⁶ Keterangan ini membawa kita pada pemahaman bahwa dalam melakukan transaksi jual beli, baik penjual maupun pembeli harus menyertakan niat dan pemahaman yang baik bahwa bekerja adalah kewajiban dari Allah swt yang memiliki nilai-nilai kebaikan yang

⁵Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahnya* (Jakarta: Gema Insani Press, 1989), h. 122.

⁶Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi* (Jakarta : AMZAH, 2018), h. 159

harus diikuti, termasuk alam transaksi jual beli yang terjadi dalam suatu sistem pasar, juga memiliki landasan nilai-nilai etis yang menjadi acuan setiap manusia.

Pasar pada hakikatnya adalah wahana untuk mengekspresikan kebebasan individu dalam berniaga, yang tentu saja lebih didorong oleh motif-motif mencari keuntungan individual. Karenanya, upaya untuk merealisasikan kesejahteraan umat tidak dapat bertumpu pada mekanisme pasar saja. Pemerintah dan masyarakat pada dasarnya adalah dua institusi yang memiliki fungsi untuk merealisasikan segala kewajiban kolektif untuk mewujudkan *falah*. Bentuk peran keduanya karena pada hakikatnya dapat saling bertukar (*changeable*) sesuai dengan situasi dan kondisi. Peran masyarakat akan menjadi penting manakala pemerintah tidak dapat menjalankan tugas *fard al-kifayah* dengan baik. Misalnya, di Indonesia masyarakat harus berperan aktif dalam pengelolaan zakat, sebab negara tidak secara penuh mengelola zakat masyarakat sebagaimana konsep pengelolaan zakat yang ideal. Jadi, mungkin saja beberapa tugas lain akan diambil alih oleh masyarakat. Sebaliknya, peran langsung masyarakat kemungkinan akan kecil ketika pemerintah mampu menjalankan tugas *fard al-kifayah* dengan baik.⁷

Kota Parepare memiliki pasar malam yang menjadi ikon dari kota ini. Pasar Senggol merupakan pasar yang beroperasi dari sore hari sekitar pukul 17:00 hingga pukul 21:00 WITA. Terlihat aktifitas jual beli di pasar senggol dipadati oleh pengunjung yang asalnya bukan hanya dari Kota Parepare itu sendiri, yakni juga terdapat beberapa pengunjung dari luar daerah. Awalnya, pasar senggol Parepare dikenal dengan ciri khas pedagang pakaian bekas, baik itu berupa baju, celana, sepatu, tas, ikat pinggang dan sebagainya semuanya tersedia dalam kondisi barang

⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam, Edisi I* (Cet. XI; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 86.

bebas dengan harga yang murah dan terjangkau. Hingga saat ini, bentuk pasar ini telah melakukan revolusi bentuk dan pengembangan.

Pasar Senggol kini sudah hampir mirip dengan pasar tradisional pada umumnya, yang di dalamnya tersedia berbagai macam kebutuhan rumah tangga dan bahan pokok sandang dan pangan, tak terkecuali penjual ikan. Terdapat banyak penjual ikan yang bisa didapati di Pasar Senggol, diantaranya terdapat penjual ikan asin, ikan air tawar dan ikan air laut. Fenomena tawar menawar antara penjual dan pembeli, khususnya dalam transaksi jual beli ikan di Pasar Senggol seringkali ditemukan hubungan komunikasi yang kurang baik antara penjual dan pembeli, misalnya pembeli komplain kepada penjual ikan, maupun penjual ikan yang merasa dirugikan oleh pembeli ikan.

Permasalahan yang ditemukan di Pasar Senggol Kota Parepare adalah adanya beberapa penjual yang tidak transparan terhadap kualitas ikan yang dijualnya, artinya penjual ini memasarkan ikan yang memiliki kualitas yang kurang layak dikonsumsi, sehingga dapat membahayakan pembeli dari segi kesehatan. Selain itu, permasalahan dalam jual beli ikan yang ditemukan di pasar yakni adanya ketidaksesuaian kuantitas ikan yang dijual dengan harga yang ditetapkan. Artinya harga yang ditetapkan cenderung mahal, akan tetapi jumlah ikan tidak sesuai dengan permintaan. Kondisi ini biasanya dilakukan oleh beberapa pedagang dengan menyimpan benda di bawah tumpukan ikan sehingga ikan nampak banyak, sedangkan faktanya kuantitas ikan tersebut tidaklah banyak. Pada sisi perilaku pembeli, seringkali terdapat pembeli yang menawar harga ikan yang sangat rendah, disebabkan karena keinginannya untuk membeli murah sehingga merugikan dari sisi ekonomi penjual ikan.

Berdagang merupakan jenis bisnis yang dianjurkan dalam Islam, bahkan Rasulullah saw. sendiri semasa remaja menjalankan bisnis ini. Tujuan utama dalam berdagang adalah memperoleh pendapatan untuk kesejahteraan hidup para pelakunya, yang perlu diperhatikan adalah proses berdagang yang tidak hanya mementingkan diri sendiri, namun terdapat nilai-nilai yang penting di dalamnya. Untuk itu, terdapat tujuan utama dalam ekonomi Islam yakni pencapaian *falah*. *Falah* sebagai suatu konsep kebahagiaan yang komprehensif yang mencakup moralitas, sosial, ekonomi, dan spiritual. Semestinya apabila pedagang ingin menaikkan harga, maka ia harus menjamin kualitas ikan yang dijualnya, sehingga tidak berdampak buruk kepada kesehatan konsumennya. Hal inilah yang membuat peneliti akan melakukan kajian mendalam dengan judul penelitian “Trans aksi Jual Beli Ikan di Parepare (Analisis Ekonomi Islam)” agar dapat memberikan gambaran terkait pengetahuan ekonomi khususnya dalam lingkup perekonomian Islam.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki tema tentang jual beli ikan di Kota Parepare dalam perspektif dan analisis ekonomi Islam, dengan sub-sub pembahasan sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku penjual dan pembeli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare ?
2. Bagaimana mekanisme jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare ?
3. Bagaimana analisis etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare ?

C. Tujuan

Tujuan dari penyusunan penelitian tesis ini adalah sebagai bentuk pengkajian dan pendalaman ilmu ekonomi Islam yang lebih spesifik sebagai berikut :

1. Untuk melakukan pengkajian bagaimana perilaku jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare.
2. Untuk mendeskripsikan bagaimana mekanisme jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare
3. Untuk mendeskripsikan analisis etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian tesis ini, yakni sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pengembangan pengetahuan dan gambaran yang akan menambah perbendaharaan penulisan ilmiah terkait tinjauan hukum ekonomi Islam terhadap suatu bisnis.
2. Untuk memenuhi pengetahuan dan wawasan tentang hal-hal yang menjadi fokus dalam penelitian ini yakni terkait prinsip dan etika dalam menjalankan aktifitas jual beli atau bisnis.
3. Sebagai bahan masukan dan menambah wawasan bagi para pembaca dalam hal bisnis Islam.
4. Sebagai bahan referensi baru untuk memperoleh data-data dalam melengkapi bahan teoritis untuk penelitian tesis di masa mendatang.
5. Sebagai salah satu sarana untuk menyelesaikan pendidikan Magister di Institut Agama Islam Negeri Parepare.

E. Garis Besar Isi Tesis

Untuk memperoleh gambaran secara komprehensif berkenaan isi tesis yang termuat dalam penelitian ini, maka penulis mendeskripsikan secara rinci garis besar isi tesis berikut ini :

BAB I, merupakan bab pendahuluan yang secara rinci memuat bahasan pendahuluan sebagai suatu pengantar sebelum masuk ke dalam bahasan kepustakaan dan hasil penelitian. Dalam bab ini dapat ditemui uraian yang mencakup tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tinjauan dan kegunaan penelitian.

BAB II, merupakan kajian kespustakaan yang mendeskripsikan landasan teoritis/kepustakaan yang dikutip oleh peneliti dari berbagai hasil penelitian yang relevan maupun dari berbagai pakar yang membahas tentang praktik jual beli menurut etika bisnis Islam. Dalam bab ini ditemui beberapa bahasan kepustakaan yang meliputi penelitian yang relevan, analisis teoritis subjek dan kerangka teoritis penelitian.

BAB III, merupakan bab yang mendeskripsikan tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Maka dalam bab ini, pembaca akan menemukan bahasan yang spesifik mengurai metode penelitian, bahasan tersebut terdiri atas jenis dan pendekatan penelitian, sumber data yang digunakan peneliti, waktu dan lokasi penelitian, instrumen penelitian, tahapan pengumpulan data, teknik pengumpulan data dan pengujian keabsahan data.

BAB IV, merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan, yang memuat bahasan yang berkenaan dengan hasil penelitian serta pembahasan berdasarkan sub rumusan masalah yang telah disusun.

BAB V, merupakan bab penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran dari peneliti bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian, sebagai bahan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya, serta bab ini diakhiri dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang mengurai tentang sumber rujukan penelitian dan keabsahan dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan bentuk kerangka penulisan ilmiah yang mendeskripsikan penelitian-penelitian yang telah dilakukan yang memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Tinjauan penelitian terdahulu juga sebagai rangkuman ringkas penelitian yang dapat dijadikan sebagai indikator pembandingan dengan penelitian yang akan dilakukan, penelitian terdahulu ini sebagai bentuk penelitian untuk memberikan komparasi atau pembeda antara penelitian yang pernah dilakukan dengan penelitian saat ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini bukanlah merupakan penelitian yang pertama kali dilakukan, maka dari itu, untuk memberikan penjabaran perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, maka peneliti mencantumkan penelitian terdahulu sebagaimana terlihat pada bagan berikut ini :

No.	Nama (Tahun)	Judul	Indikator	
			Persamaan	Perbedaan
1.	Adriansyah Arifin (2018)	Pandangan Ekonomi Islam tentang Jual Beli Plat Nomor Kendaraan Bermotor di Kota Makassar	Relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini, yakni pada substansi kajiannya yang menggunakan aspek-aspek ekonomi Islam dalam transaksi jual beli yang	Plat Nomor Kendaraan Bermotor, sedangkan penelitian saat ini berfokus di wilayah Parepare pada subjek penelitian pedagang ikan yang ada di Pasar. Pokok masalah dalam penelitian terdahulu adalah

		<p>dilakukan.⁸</p>	<p>pandangan ekonomi Islam tentang jual beli plat nomor kendaraan di Kota Makassar. Sedangkan penelitian saat ini membahas tentang etika bisnis Islam terhadap jual beli ikan di Pasar Senggol Parepare. Perbedaan selanjutnya dapat dilihat dari tujuan penelitian. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui pandangan ekonomi Islam tentang jual beli plat nomor kendaraan bermotor di kota Makassar dan untuk mengetahui proses jual beli nomor kendaraan bermotor di kota Makassar, sedangkan penelitian saat ini untuk</p>
--	--	-------------------------------	--

⁸Adriansyah Arifin, Pandangan Ekonomi Islam Tentang Jual Beli Plat Nomor Kendaraan Bermotor di Kota Makassar, Skripsi Mahasiswa (Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018), h. 8.

				mengetahui perilaku jual beli, mekanisme dan analisis etika bisnis Islam.
2.	Eka Wahyu Pradani (2019)	Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli <i>Online</i> Aplikasi Android (Study Kasus Pada Pemilik Akun Instagram @JualAppVip dan @Jualpremiumvip di Bandar Lampung)	Relevansi penelitian ini dapat dilihat dari unsur ekonomi Islam, yang mana kedua penelitian ini menggunakan kajian deskriptif analisis dalam tinjauan perekonomian Islam pada suatu subjek penelitian. ⁹	Perbedaan yang dapat dilihat dari penelitian ini yaitu, tujuan penelitian terdahulu untuk mengkaji praktik dalam pelaksanaan jual beli online, sedangkan penelitian saat ini untuk mengkaji transaksi jual beli ikan di Pasar Senggol Parepare. Tinjauan yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah hukum Islam sedangkan penelitian saat ini adalah etika bisnis Islam.
		Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual	Relevansi penelitian ini terletak pada metode penelitian yang	Perbedaan dapat ditemui dari substansi penelitian, dimana substansi penelitian terdahulu ialah meninjau

⁹Eka Wahyu Pradani, Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android (Study Kasus Pada Pemilik Akun Instagram @JualAppVip dan @Jualpremiumvip di Bandar Lampung), Skripsi Mahasiswa (Jurusan Hukum Ekonomi Syariah. Muamalah, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), h. i.

3.	Sahman Z. (2018)	Beli Ikan dengan Sistem Pancingan Bertarif (Studi Kasus Pancingan Sejuta di Desa Sidowayah, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah)	digunakan. Jenis penelitian yang peneliti yang digunakan kedua penelitian ini adalah penelitian lapangan (<i>field research</i>), yang mengambil sumber data dari wawancara dengan penjual ikan maupun konsumennya. ¹⁰	kasus jual beli ikan pancingan, sedangkan dalam penelitian saat ini memiliki substansi yakni meninjau etika bisnis Islam terhadap jual beli di pasar. Studi kasus pada penelitian terdahulu yakni pada Pancingan Sejuta di Desa Sidowayah, sedangkan studi kasus penelitian saat ini pada Pasar Senggol.
		Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Ikan	Relevansi kedua penelitian ini adalah penelitian terhadap penjual dan pembeli ikan dengan analisis sistem. Terdapat pula kesamaan dari	Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada metode penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan jenis pustaka (<i>library research</i>), dan penelitian ini bersifat yuridis

¹⁰Sahman Z, Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Ikan dengan Sistem Pancingan Bertarif (Studi Kasus Pancingan Sejuta di Desa Sidowayah, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah), Publikasi Ilmiah (Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018), h. 1.

4.	Nida Yuniawati dkk.	dengan Sistem Galatama (Studi Kasus di Pemancingan Margaluyu Cimahi).	indikator penelitian yang digunakan. ¹¹	normatif. Sedangkan penelitian saat ini dilakukan adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.
----	---------------------	---	--	--

B. Tinjauan Teoritis

1. Teori Perilaku

a. Pengertian Perilaku

Perilaku konsumen pada dasarnya terbentuk karena adanya interaksi atau komunikasi antara pemasar dengan konsumen. Dalam suatu komunikasi yang efektif, dibutuhkan adanya interaksi aktif antar pelaku komunikasi (komunikasikan). Interaksi aktif itu sendiri akan merupakan perwujudan dari suatu hubungan timbal balik, dimana produsen (pemasar) memberikan informasi tentang produk yang diinginkan konsumen. Begitu juga konsumen, ia memberikan informasi (masukan) tentang kriteria produk yang dia inginkan.¹²

Menurut Mowen bahwa perilaku konsumen merupakan aktivitas ketika seseorang mendapatkan, mengkonsumsi atau membuang barang atau jasa pada saat proses pembelian. Menurut Schiffman dan Kanuk, perilaku konsumen adalah suatu proses yang dilalui oleh pembeli dalam mencari, membeli, menggunakan,

¹¹Nida Yuniawati dkk. Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Ikan dengan Sistem Galatama (Studi Kasus di Pemancingan Margaluyu Cimahi) (Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, ISSN: 2460-2159), h. 769.

¹²M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 13.

mengevaluasi serta bertindak pada konsumsi produk dan jasa, maupun ide yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan seseorang tersebut.¹³

Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Mungkin mereka tidak memahami motivasi mereka secara lebih mendalam, sehingga mereka sering pula bereaksi untuk mengubah pikiran mereka pada menit-menit terakhir sebelumnya melakukan keputusan pembelian. Untuk itu para pemasar perlu pelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilakunya dalam berbelanja.¹⁴

The American Marketing Association dalam Kotler mendefinisikan perilaku konsumen yakni sebagai berikut:

Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka. Dari definisi tersebut di atas terdapat tiga ide penting, yaitu:

- 1) Perilaku konsumen adalah dinamis
- 2) Hal tersebut melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar
- 3) Hal tersebut melibatkan pertukaran.

Perilaku konsumen adalah dinamis, berarti bahwa perilaku seorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam hal studi perilaku konsumen, salah

¹³M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 15.

¹⁴Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Edisi ke III (Jakarta: Kencana, 2003), h. 1

satu implikasinya adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk dan individu grup tertentu.¹⁵

b. Jenis-Jenis Perilaku

Berikut ini beberapa ciri-ciri dari Perilaku Konsumen yang bersifat Rasional:

- 1) Konsumen memilih produk sesuai kebutuhan dan keinginannya
- 2) Produk yang dipilih konsumen memberikan manfaat yang optimal bagi konsumen
- 3) Konsumen memilih produk yang kualitasnya bagus
- 4) Konsumen memilih produk yang harganya sesuai dengan kemampuan dan pendapatan konsumen
- 5) Konsumen memilih produk sesuai dengan kenyamanan lingkungan toko

Beberapa ciri-ciri Perilaku Konsumen yang bersifat Irasional:

- 1) Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media baik cetak maupun elektronik
- 2) Konsumen memilih produk bermerek atau *branded* yang sudah terkenal
- 3) Konsumen memilih produk bukan untuk kebutuhan, tetapi karena gengsi mau prestise.
- 4) Konsumen memilih produk hanya karena ingin mencoba-coba.¹⁶ Tujuan utama konsumen ini hanyalah untuk mencoba, bukan atas dasar kebutuhan.

c. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Rico Saputra dan Hatane Semuel terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pembeli, antara lain adalah sebagai berikut :

¹⁵Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Edisi ke III (Jakarta: Kencana, 2003), h. 2-3.

¹⁶M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 16.

- 1) *Cultural Factors* (Faktor Budaya)
- 2) *Social Factors* (Faktor Sosial)
- 3) *Personal Factors* (Faktor Personal)
- 4) *Psychological Factors* (Faktor Psikologis).¹⁷

d. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Penjual

- 1) *Affort* (Usaha)

Affort adalah usaha yang dilakukan oleh individu yang dipengaruhi oleh sesuatu yang berasal dari dalam diri seseorang yang berbentuk motivasi. Motivasi adalah kekuatan atau daya yang dimiliki oleh seseorang yang dapat membangkitkan intensitas dan ketekunan seseorang dalam meraih motivasinya tersebut.

- 2) *Ability* (Kemampuan)

Ability merupakan kemampuan seorang dalam bentuk kompetensi atau keahlian khusus lainnya.

- 3) Situasi lingkungan,

Situasi lingkungan dapat memberikan dampak yang positif maupun negatif. Situasi yang kondusif, misalnya dukungan dari atasan, teman kerja, sarana dan prasarana yang memadai, dan lain-lain.¹⁸ Di sisi lain, apabila lingkungan yang tercipta tidak kondusif, maka akan mempengaruhi psikologi seorang penjual/pemasar.

¹⁷Rico Saputra dan Hatane Samuel, Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 1, (2013) 1-12, h. 2-3.

¹⁸Rosleny Marliani, *Psikologi Industri Organisasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 42.

2. Teori Transaksi

a. Pengertian Transaksi

Pemenuhan kebutuhan ekonomi tidak pernah terlepas dari proses transaksi. Transaksi merupakan bentuk yang menghubungkan individu yang satu dengan lainnya dalam melakukan aktifitas pemenuhan kebutuhan hidup.

Pengertian transaksi secara umum adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pihak organisasi maupun individu yang mampu melahirkan perubahan atas harta atau finansial yang dimilikinya. Beberapa ahli berpendapat bahwa pengertian transaksi adalah suatu kegiatan perusahaan yang mampu menimbulkan perubahan pada kondisi harta atau finansial perusahaan. Beberapa contoh kegiatan transaksi tersebut adalah menjual, membeli, membayar gaji, serta membayar beberapa jenis hal lainnya.¹⁹

Menurut pandangan di atas, secara general transaksi merupakan suatu pertemuan antara dua pihak yang melakukan tindakan-tindakan tertentu yang mengakibatkan perubahan pada kondisi kepemilikan dan harta. Lebih lanjut menurut beberapa pandangan para ahli mengemukakan tentang definisi transaksi, berikut ini :

1. Mursyidi mengatakan bahwa pengertian transaksi adalah suatu bentuk kejadian dalam dunia bisnis dan tidak hanya mencakup proses jual-beli atau penerimaan dan pembayaran saja, tapi juga akan berimbas pada kehilangan, arus, kebakaran dan kejadian lainnya yang bisa diukur dengan uang.
2. Sunarto Zulkifli berpendapat bahwa pengertian transaksi adalah suatu kegiatan finansial atau ekonomi yang melibatkan minimal 2 pihak yang akan melakukan

¹⁹Ibnu Ismail, Pengertian Transaksi: Sistem, pelaku, Jenis dan Bukti Transaksi, *Artikel Accuarte*, November 11th, 2020, https://accurate.id/akuntansi/pengertian-transaksi/#Jenis-Jenis_Transaksi_Ekonomi, diakses pada 1 Juli 2021.

pertukaran, pinjam-meminjam atas dasar kesengajaan, melibatkan diri dalam suatu perserikatan usaha, dll.

3. Indra Bastian menjelaskan bahwa pengertian transaksi adalah suatu bentuk pertemuan yang terjadi antara pihak penjual dan pembeli yang saling menguntungkan dan disertai dengan adanya bukti, data, atau dokumen pendukung untuk diinput dalam jurnal melalui adanya pencatatan.
4. Berdasarkan Slamet Wiyono, pengertian transaksi adalah suatu kejadian finansial atau ekonomi yang melibatkan minimal dua pihak yang mana keduanya akan saling melakukan kegiatan pertukaran, pinjam-meminjam, melibatkan diri dalam suatu perserikatan usaha, dan kegiatan lain dengan dasar keinginan masing-masing atau peraturan yang berlaku.²⁰

Berdasarkan pengertian dari para ahli di atas, dapat dipahami bahwa transaksi merupakan suatu kegiatan pertukaran antara dua pihak atau lebih dalam melakukan kegiatan pemenuhan kebutuhan hidup yang menyebabkan perubahan pada kondisi harta dan kepemilikan individu.

b. Jenis-Jenis Transaksi

Transaksi sebagaimana disebutkan di atas, pada umumnya terjadi terbagi menjadi dua bagian besar, yaitu:

1. Transaksi Internal

Transaksi internal adalah jenis transaksi ekonomi yang melibatkan divisi-divisi yang berada dalam suatu perusahaan yang akan melahirkan perubahan kondisi ekonomi perusahaan tersebut. Beberapa contohnya adalah memo dari atasan pada

²⁰Ibnu Ismail, Pengertian Transaksi: Sistem, pelaku, Jenis dan Bukti Transaksi, *Artikel Accuarte*, November 11th, 2020, https://accurate.id/akuntansi/pengertian-transaksi/#Jenis-Jenis_Transaksi_Ekonomi, diakses pada 1 Juli 2021.

mereka yang diberi perintah, perubahan nilai finansial karena penyusutan, dan pemanfaatan perlengkapan kantor oleh berbagai divisi.

2. Transaksi Eksternal

Transaksi eksternal adalah suatu jenis transaksi yang melibatkan pihak luar perusahaan dan akan melahirkan perubahan kondisi finansial perusahaan. Contohnya adalah kegiatan transaksi penjualan dengan pihak lain, transaksi pembelian dengan pihak lain, dan proses pembayaran utang piutang.²¹ Transaksi eksternal melibatkan pihak luar dalam proses pertukaran kebutuhan tertentu yang menyebabkan perubahan-pada kondisi internal, sehingga internal maupun eksternal saling terkait.

3. Teori Mekanisme Pasar

a. Pengertian Mekanisme Pasar

Mekanisme pasar terjadi akibat adanya kecenderungan dalam pasar bebas untuk terjadinya perubahan harga sampai pasar menjadi seimbang (jumlah yang ditawarkan sama dengan jumlah yang diminta). Dengan sejumlah kondisi yang diisyaratkan, mekanisme pasar dianggap sebagai mekanisme yang dapat mendorong pemakaian sumber daya yang efisien dan dapat mendorong perkembangan ekonomi karena adanya kebaikan dalam mekanisme pasar.²² Sebagai suatu proses yang menjadi sumber penentu harga dalam pasar, maka harga yang ada sangat dinamis tergantung dari bagaimana jalannya mekanisme pasar yang saling terkait satu sama lain. Oleh karenanya, mekanisme pasar merupakan suatu proses yang berjalannya dengan sendirinya yang mana stabilitas mekanisme pasar terukur dengan adanya

²¹Ibnu Ismail, Pengertian Transaksi: Sistem, pelaku, Jenis dan Bukti Transaksi, *Artikel Accuarte*, November 11th, 2020, https://accurate.id/akuntansi/pengertian-transaksi/#Jenis-Jenis_Transaksi_Ekonomi, diakses pada 1 Juli 2021.

²²Abdul Aziz, Achmad Dasuki Aly dan Nila Afifah, Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri di Desa Bodelor dalam Teori Ibn Khaldun, (*Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, Desember 2017), h. 203.

keseimbangan antara jumlah permintaan dan penawaran yang terjadi dalam struktur pasar.

Menurut Ibn Khaldun, menyatakan mekanisme pasar adalah sebuah sistem yang menentukan terbentuknya harga, yang di dalam prosesnya dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, yaitu permintaan dan penawaran, distribusi, kebijakan pemerintah, pekerja, uang, pajak dan keamanan. Dalam proses mekanisme pasar tersebut diharuskan adanya asas moralitas, yang antara lain persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*) dan keadilan (*justice*). Jika nilai-nilai ini telah ditegakkan maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar.²³

Ibnu Khaldun mendeskripsikan pengaruh kenaikan dan penurunan penawaran terhadap tingkat harga. Ia menyatakan, “.. Ketika barang-barang yang tersedia sedikit, harga-harga akan naik. Akan tetapi, apabila jarak antarkota dekat dan aman untuk melakukan perjalanan, akan banyak barang yang diimpor sehingga ketersediaan barang-barang akan melimpah dan harga-harga akan turun.” Pengaruh tinggi rendahnya tingkat keuntungan terhadap perilaku pasar, khususnya produsen, juga mendapat perhatian dari Ibnu Khaldun. Menurutnya tingkat keuntungan yang wajar akan mendorong tumbuhnya perdagangan, sementara tingkat keuntungan yang terlalu rendah akan membuat sepi perdagangan. Selain itu, para pedagang dan produsen lainnya akan kehilangan motivasi bertransaksi. Sebaliknya, jika tingkat keuntungan terlalu tinggi, perdagangan juga akan melemah sebab akan menurunkan tingkat permintaan konsumen. Ibnu Khaldun sangat menghargai harga yang terjadi dalam pasar bebas, tetapi ia tidak mengajukan saran-saran kebijakan pemerintah untuk

²³Abdul Aziz, Achmad Dasuki Aly dan Nila Afifah, Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri di Desa Bodelor Dalam Teori Ibn Khaldun, (*Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, Desember 2017), h. 203.

mengelola harga. Ia lebih banyak memfokuskan pada faktor-faktor yang memengaruhi harga.²⁴

b. Indikator Mekanisme Pasar

Mekanisme pasar adalah terjadinya interaksi antara permintaan dan penawaran yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Interaksi tersebut akan mengakibatkan terjadinya proses transfer barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap objek ekonomi (konsumen, produsen, pemerintah). Dengan kata lain, adanya transaksi pertukaran yang kemudian disebut sebagai perdagangan adalah satu syarat utama dari berjalannya mekanisme pasar.²⁵ Oleh karena itu, indikator yang terdapat dalam mekanisme pasar adalah :

- 1) Permintaan
- 2) Penawaran
- 3) Harga

4. Teori Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Kebutuhan manusia mencakup segala kebutuhan terhadap barang dan jasa. Pada prinsipnya, jumlah kebutuhan manusia ini tidaklah terbatas. Apabila suatu kebutuhan sudah terpenuhi maka akan muncul kebutuhan lainnya.²⁶ Hal inilah yang mendasari setiap manusia harus melakukan pertukaran maupun jual beli.

Jual-beli menurut bahasa artinya menukar sesuatu dengan sesuatu, yang menurut *shara'* artinya menukar harta dengan harta menurut cara-cara tertentu (*'aqad*). Jual beli secara *lughawi* adalah saling menukar. Jual beli dalam bahasa

²⁴Vinna Sri Yuniarti, *Pengantar Ekonomi Mikro Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2016), h. 267

²⁵Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta : IIT Indonesia, 2003), h. 20.

²⁶Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 19.

Arab dikenal dengan istilah *al-Bay'*, secara terminologi jual beli adalah suatu transaksi yang dilakukan oleh pihak penjual dengan pihak pembeli terhadap sesuatu barang dengan harga yang disepakatinya. Menurut syariat Islam jual beli adalah pertukaran harta atas dasar saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ganti yang dapat dibenarkan. Menurut fuqaha Hanafiyah, jual beli adalah menukarkan harta dengan harta melalui tata cara tertentu, atau mempertukarkan sesuatu yang disenangi dengan sesuatu yang lain melalui tata cara tertentu yang dapat dipahami sebagai *al-bay'* seperti melalui *ijab* dan *ta'athi* (saling menyerahkan). Dari definisi di atas di ambil pengertian bahwa acara khusus yang dimaksud Fuqaha Hanafiah adalah melalui *ijab* yaitu ungkapan dari pembeli dan *qabul* yaitu pernyataan melalui penjual atau juga boleh melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli kemudian dalam definisi di atas juga disebut yang “bermanfaat” di sini yang dimaksud adalah harta yang diperjualbelikan harus bermanfaat bagi manusia.²⁷

Uquudu tijarah (akad-akad perniagaan) yaitu akad yang berkaitan dengan perikatan jual beli (perdagangan) dan berorientasi pada bisnis (*business oriented*). Tujuan utama dalam perikatan ini adalah mencari keuntungan (*profit oriented*), bukan untuk kebaikan (*tabarru*). Dalam perikatan ini, keuntungan bersifat *certain* (pasti) atau bisa diprediksikan untuk *uncertain* (tidak pasti) atau tidak bisa diprediksikan. Jenis-jenis perikatan dalam akad *tijarah* yang bersifat *certain* antara lain *al-ba'y*, *murabahah*, *istishna*, *salam* dan *ijarah*. Jenis perikatan yang bersifat

²⁷Nur Dinah Fauziah dkk. *Etika Bisnis Syariah* (Cet. II; Malang: Literasi Nusantara, 2019), h. 24-25

uncertain terdiri atas *mudharabah*, *musarakah* (*musyarakah abdan, wujuh dan inan*), *muzara'ah*, *mukharabah* dan *musaqah*.²⁸

Jual beli sebagai suatu konsep temurun dari pertukaran barang dengan barang di zaman dahulu yang dikenal sebagai barter. Barter dengan jual beli memiliki konsep sama, hanya saja jual beli sudah melibatkan alat tukar berupa uang sedangkan barter hanya berupa barang dengan barang lainnya. Dalam jual beli terdapat kesepakatan antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, untuk memenuhi kriteria rukun syarat jual beli.

Jual beli dalam Islam bukan hanya dibolehkan karena unsur objek jual beli yang bersumber dari barang halal, namun juga mampu memberikan nilai manfaat kepada pihak penjual terlebih lagi bagi pihak pembeli. Antara halal dan baik memiliki perbedaan yang cukup signifikan yang sering menjadi pembahasan dalam ekonomi Islam. Makna halal dalam jual beli adalah hukum terhadap sesuatu barang yang diperbolehkan untuk dikonsumsi, sedangkan makna baik dalam jual beli adalah sesuatu barang yang diperjualbelikan haruslah baik dan bukan merupakan barang yang rusak dan merusak.

Konsep jual beli dalam Islam secara sederhana dapat dipahami sebagai suatu aktifitas ekonomi yang mempertukarkan barang dengan uang berdasarkan nilai barang yang dapat terukur dari nilai uang yang dilakukan antara penjual dan pembeli dengan syarat adanya kerelaan diantara kedua pihak yang ditandai dengan adanya *ijab* dan *qabul*.

²⁸Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah* (Cet. II; Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 85.

b. Landasan Hukum Jual Beli dalam Ekonomi Islam

Jual beli atau perniagaan merupakan aktifitas dalam ekonomi Islam yang banyak menjadi sorotan, bahkan terdapat banyak dalil yang menunjukkan aturan hukum dalam perniagaan. Bisa jadi, itu kemudian didasarkan pada banyak sejarawan yang mengemukakan bahwa mata pencaharian pokok Nabi Muhammad saw dan sebagian besar umat manusia di zamannya adalah berniaga. Berikut beberapa dasar hukum jual beli yang terdapat dalam nash-nash yang sah :

Q.S Al-Baqarah/2: 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ.

Terjemahnya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.²⁹

Ayat di atas menjelaskan tentang larangan riba dan dibolehkannya jual beli atau perniagaan. Titik perbedaan sehingga kedua hal tersebut memiliki hukum yang berbeda terletak pada adanya unsur kedzoliman terhadap pelaku riba, sebagaimana dalam hukum ekonomi Islam, men

²⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Gema Insani Press, 1989), h. 69.

\dzolimi orang lain adalah dilarang.

Selain ayat A-Qur'an di atas yang menjadi landasan hukum dalam jual beli, juga terdapat landasan hukum dari hadis Nabi Muhammad saw dan *ijma'* dari ulama sebagai berikut:

43 عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ يَقُولُ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya :

Rasulullah saw. bersabda : Sesungguhnya jual beli itu hanya sah jika suka sama suka (saling meridhohi) (H.R. Ibnu Hibban dan Ibnu Majah).

Kedua dalil di atas dikutip dalam tulisan Rahmat Syafi'i oleh Dinah yang memberikan sedikit penjelasan tentang jual beli yang diridhahi oleh Allah swt. yang disampaikan melalui perkataan Rasulullah saw. Hadis di atas memiliki makna yang lebih luas, bukan hanya mencakup aktifitas jual beli, namun segala aspek yang berkaitan dengan usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumtif bagi setiap orang. Berikut juga terdapat *ijma'* atau pandangan dari para ulama yang memandang jual beli.

Ulama telah sepakat bahwa jual-beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau harta milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.³¹ Ayat Al-Quran, hadis ataupun *ijma'* yang telah dikemukakan di atas dapat menjadi sebuah acuan bahwa di dalam Islam mengatur adanya transaksi perniagaan atau jual beli yang di dalam prosesnya itu

³⁰Abdillah Muhammad bin Yasid Al-Qazwini, *Sunan Ibnu Majah* (Beirut: Darul Al-Fikr, tt.), h. 737.

³¹Nur Dinah Fauziah dkk. *Etika Bisnis Syariah*, (Cet. II; Malang: Literasi Nusantara, 2019), h. 26.

pihak-pihak yang terkait untuk melakukan jual beli harus memperhatikan kaidah-kaidah dan ketentuan-ketentuan yang telah diatur di dalam dalil-dalil tersebut. Islam sangat menjunjung tinggi nilai kejujuran di dalam melakukan perniagaan, karenanya segala sesuatu yang mencakup perniagaan harus dilakukan atas dasar suka sama suka, agar apabila proses perniagaan telah dilakukan maka yang diharapkan adalah keuntungan yang bisa diperoleh dari kedua pihak bukan justru ada pihak yang merasa terdzolimi yang pada akhirnya membatalkan akad jual beli.

c. Rukun Jual Beli dalam Islam

Syariat Islam telah menetapkan rukun jual-beli sebagai acuan umat Muslim dalam melakukan kegiatan jual beli, namun diantara para ulama terjadi perbedaan pendapat. Menurut ulama dari kalangan Hanafiyah, rukun jual beli adalah *ijab* dan *qabul* yang menunjukkan pertukaran barang secara ridha baik dengan ucapan maupun perbuatan. Adapun rukun jual beli menurut *jumhur* ulama ada empat yaitu:

- 1) *Bai'* (Penjual)
- 2) *Mustari* (Pembeli)
- 3) *Shighat* (*Ijab* dan *Qabul*)
- 4) *Ma'qud 'alaihi* (Benda atau Barang).³²

Ismail mengemukakan secara rinci rukun-rukun yang harus dipenuhi dalam aktifitas jual beli adalah sebagai berikut :

- 1) Penjual (*Ba'i*); Pihak yang memiliki objek barang yang akan diperjualbelikan.

Dalam transaksi perbankan syariah, maka pihak penjualnya adalah bank syariah.

³²Nur Dinah Fauziah dkk. *Etika Bisnis Syariah*, (Cet. II; Malang: Literasi Nusantara, 2019), h. 26-27.

- 2) Pembeli (*Musyitari*), pembeli merupakan pihak yang ingin memperoleh barang yang diharapkan, dengan membayar sejumlah uang tertentu kepada penjual. Pembeli dalam aplikasi bank syariah adalah nasabah.
- 3) Objek Jual Beli (*Mabi'*) merupakan barang yang akan digunakan sebagai objek transaksi jual beli. Objek ini harus ada fisiknya.
- 4) Harga (*Tsaman*), setiap transaksi harus disebutkan dengan jelas harga jual yang disepakati antara penjual dan pembeli.
- 5) *Ijab dan Qabul*, *ijab qabul* merupakan kesepakatan penyerahan barang dan penerimaan barang yang diperjualbelikan. *Ijab qabul* harus disampaikan secara jelas atau dituliskan untuk ditandatangani oleh penjual dan pembeli.³³

Ijab qabul memang telah menjadi landasan fundamental dalam setiap transaksi yang dilakukan dalam Islam. Keabsahan suatu transaksi yang dilakukan hanya dapat terjamin bilamana terjadi kesepakatan antara pihak-pihak yang bertransaksi yang dituangkan dalam proses *ijab qabul*. Dalam uraian oleh Ismail, sejalan dengan pendapat ulama dari kalangan Hanafiyah bahwa dalam suatu transaksi harus terdapat kesepakatan yang dituangkan dalam *ijab* dan *qabul*, baik itu disampaikan dengan lisan maupun tulisan sebagai bentuk keridhohan dari pihak-pihak yang melakukan transaksi.

d. Syarat Jual Beli dalam Islam

Menurut Mahmud Yunus dalam Dinah, transaksi jual beli baru dinyatakan terjadi apabila terpenuhi tiga syarat jual beli, yaitu :

- 1) Adanya dua pihak yang melakukan transaksi jual beli
- 2) Adanya sesuatu atau barang yang dipindahtangankan dari penjual kepada pembeli

³³Ismail, *Perbankan Syariah, Edisi I* (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2011), h. 137.

- 3) Adanya kalimat yang menyatakan terjadinya transaksi jual beli (*sighat, ijab qabul*)

Syarat yang harus dipenuhi oleh penjual dan pembeli adalah sebagai berikut :

- 1) Agar tidak terjadi penipuan, maka keduanya harus berakal sehat dan dapat membedakan (memilih)
- 2) Dengan kehendaknya sendiri, keduanya harus saling merelakan bukan dalam keadaan yang terpaksa.
- 3) Dewasa atau *baligh*.

Selain itu, juga terdapat syarat-syarat benda dan uang sebagai alat transaksi jual beli, yakni sebagai berikut:

- 1) Bersih atau suci barangnya, artinya bahwa tidak sah menjual barang yang najis seperti anjing, babi, *khomar*, dan lain-lain yang najis.
- 2) Ada manfaatnya, artinya bahwa jual beli yang ada manfaatnya sah, sedangkan yang tidak ada manfaatnya adalah tidak sah seperti jual beli lalat, nyamuk, dan sebagainya.
- 3) Dapat dikuasai, tidak sah menjual barang yang sedang lari, misalnya beli kuda yang sedang lari yang belum diketahui kapan dapat ditangkap lagi, atau barang yang sudah hilang atau barang yang sulit mendapatkannya.
- 4) Milik sendiri, tidak sah menjual barang orang lain dengan tidak seizinnya atau barang yang hanya baru akan dimilikinya atau baru akan menjadi miliknya.
- 5) Mestilah diketahui kadar barang atau benda dan harga benda itu, begitu juga jenis dan sifatnya. Jual beli benda yang disebutkan sifatnya saja dalam janji (tanggungan), maka hukumnya boleh.³⁴

³⁴Nur Dinah Fauziah dkk. *Etika Bisnis Syariah*, (Cet. II; Malang: Literasi Nusantara, 2019), h. 27.

Persyaratan-persyaratan dalam jual beli di atas memiliki kedudukan yang penting dalam syariat Islam, dimana apabila persyaratan tersebut tidak diindahkan oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli, maka akan mengurangi nilai manfaat dari transaksi yang dilakukan, selain menyebabkan batalnya akad jual beli, juga akan menuai permasalahan di kemudian yang, sedangkan inilah yang dihindari dalam ekonomi Islam, dimana terdapat kerugian oleh salah satu pihak dalam bertransaksi, dengan pemahaman yang lain bahwa Islam menghendaki segala transaksi yang dilakukan harus berdasarkan kesukarelaan antara dua pihak tanpa adanya kerugian di salah satu pihak. Tujuan ekonomi Islam hanya satu, yakni menciptakan kemaslahatan bersama tanpa adanya unsur-unsur yang berpotensi merugikan pihak-pihak yang lain, karena salah satu prinsip dalam ekonomi Islam adalah manusia sebagai *khalifah* di muka bumi ini yang harus menjaga kestabilan hubungan sosial yang ada.

5. Teori Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Teori etika Islam pasti bersumber dari prinsip keagamaan. Teori etika yang bersumber dari keagamaan mustahil akan kehilangan identitas dan substansi teorinya, karena teori Immanuel Kant dibangun atas dasar metafisika dan banyak orientasi etika klasik dan modern bercorak keagamaan tanpa kehilangan warna teorinya. Keimanan menentukan perbuatan; keyakinan membutuhkan perilaku. Perspektif metafisika intinya tidak memiliki perbedaan dengan keagamaan. Substansi utama penyelidikan tentang etika dalam Islam antara lain : hakikat benar (*birr*) dan salah, masalah *free*

will dan hubungannya dengan kemahakuasaan Tuhan-tanggung jawab manusia dan keadilan Tuhan dan realitas keadilan-Nya di hari kemudian.³⁵

Etika memiliki kemiripan dengan etiket, Menurut Rosady jika etika memiliki kaitan erat dengan moral seseorang, maka etiket merupakan perilaku sopan santun yang ditunjukkan oleh seseorang kepada yang lainnya.³⁶ Dalam makna ini, etiket merupakan bagian dari moral yang baik yang dapat ditunjukkan oleh seseorang kepada seorang lainnya.

Menurut Rafik Issa, etika sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Etika bisnis kadangkala merujuk pada etika manajemen atau etika organisasi, yang sederhana membatasi kerangka acuannya pada konsepsi sebuah organisasi.³⁷ Secara sederhana, mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik dan mana yang buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas.³⁸

Secara sederhana, mempelajari etika bisnis dalam Islam dapat dipahami sebagai suatu konsep tentang mana hukum baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. (*Learning what is right or wrong, and than doing the right ting. "Right thing" based on moral principle and other believe the right thing to do depends on the situation*). Kajian etika bisnis

³⁵Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 36.

³⁶Aselina Endang Trihastuty, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Deepublisher, 2020), h. 24.

³⁷Rafik Isam Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 3

³⁸Nur Dinah Fauziah dkk. *Etika Bisnis Syariah*, (Cet. II; Malang: Literasi Nusantara, 2019), h. 5.

terkadang merujuk kepada *management ethics* atau *organizational ethics*. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.³⁹

Prinsip-prinsip moralitas yang menjadi acuan utama dalam etika bisnis terserap dalam diri Rasulullah saw yang menjadi acuan bagi umat muslim dalam menjalani kegiatan bisnis tanpa mengenal waktu dan tempat. Moral Islam menjadi kerangka acuan berfikir dan bertindak bagi Muslim yang sadar etika ini. Acuan ini tidak terlepas dari keinginan untuk memperoleh keuntungan dunia maupun akhirat.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami pengertian dari etika bisnis Islam ialah suatu studi yang mengkaji baik dan buruk atau benar dan salahnya suatu tindakan dalam aktifitas berbisnis yang menempatkan syariat agama Islam sebagai hukum tertinggi untuk menilai perbuatan tersebut.

b. Bagian Penting Etika Ekonomi Islam

Terdapat bagian penting ekonomi Islam yang terserap dalam etika, yakni sebagai berikut :

- 1) Tidak ada yang sama dengan sistem ekonomi Islam
- 2) Banyak usaha untuk memformulasi teori ekonomi yang didasarkan pada beberapa hal :
 - a) Etika sosial dan hukum Islam
 - b) Membatasi ekonomi yang bebas
 - (1) Ke dalam: kesadaran hati untuk mengajak komponen masyarakat guna mencegah segala bentuk eksploitasi sumber daya alam
 - (2) Keluar: syariah menjaga segala bentuk kerusakan hati
- 3) Posisi dasar teologi

³⁹Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 70.

- a) Teori ekonomi Islam lebih tinggi kedudukannya daripada kapitalisme dan sosialisme
- b) Metodologi faktor faktor-faktor keseimbangan Normatif yang determinan merupakan realitas dari ajaran Islam mencakup:
 - (1) Konstruksi teologi transendental
 - (2) Transendental mendasar pada etika yang beradab
 - (3) Sesuai dengan ketentuan-ketentuan hukum
 - (4) Mempunyai sejarah Islam
- 4) Rancang bangun teologi untuk aksi ekonomi
 - a) Kedudukan manusia merupakan wakil Allah swt di muka bumi
 - b) Manusia diberi amanat untuk memakmurkan bumi
 - c) Segala anugerah yang diberikan Allah swt. tidak lain untuk menjamin kehidupan manusia agar lebih baik
 - d) Ekonomi dan mengejar keuntungan
 - (1) Keuntungan ekonomi bukan untuk kepentingan pribadi
 - (2) Pada gilirannya keuntungan ekonomi harus menjamin keberlangsungan hidup seluruh umat manusia
 - e) Keagungan tujuan manusia merupakan bentuk pengabdian terhadap Tuhannya
 - (1) Manusia yang berusaha
 - (2) Manusia mensyukuri atas anugerah Tuhan-Nya
 - (3) Mendukung seluruh anggota masyarakat
 - f) Teori ekonomi Islam
 - (1) Sebagian besar didasarkan pada etika sosial

(2) Secara keseluruhan didasarkan pada individu

5) Kepemilikan

- a) Allah swt. merupakan pemilik Abadi seluruh objek material
- b) Secara teorikal, kepemilikan manusia di dalam Islam berbeda dengan kepemilikan manusia di Barat
- c) Kepemilikan manusia terhadap objek material dalam Islam merupakan sebuah subjek untuk

(1) Menambah legitimasi mereka

(2) Kesejahteraan bagi umat manusia

d) Kegunaan kepemilikan

(1) Secara prinsip kepemilikan individu harus berguna bagi seluruh umat manusia dan tidak boleh mengakibatkan kerusakan secara sosial

(2) Kepemilikan individu harus diletakkan pada prinsip dasar untuk menciptakan kesejahteraan umat manusia

6) Peralihan kepemilikan

a) Keabsahan perolehan kepemilikan

(1) dengan cara berusaha, bekerja, pengrajin atau berdagang

(2) Tanpa berusaha seperti warisan pemberian, pasangan untuk mendukung keberlangsungan hidupnya

(3) Pemberian sedekah bagi kaum miskin

b) Perolehan kepemilikan yang didapat secara tidak sah.

(1) Berjudi atau berspekulasi

(2) Melarang kegiatan yang menyimpang seperti prostitusi atau penyimpangan

- (3) Melarang kegiatan riba, mengambil keuntungan dari modal pokok tanpa ada transaksi penyeimbang
- 7) Pendistribusian harta kekayaan untuk pencapaian keadilan
- a) Mendorong aktivitas ekonomi dan meningkatkan penambahan kepemilikan
 - b) Prinsip menekankan kejujuran dalam bekerja sama dan menghindari dari kebergantungan
 - (1) Meminjamkan bagi seseorang yang membutuhkan
 - (2) Menekankan kerjasama bagi hasil daripada membungakan modal pokok
 - c) Memiliki tanggung jawab sosial
 - (1) Mengumpulkan dana zakat sedekah untuk diberikan kepada masyarakat miskin yang membutuhkan
 - (2) Ada bagian-bagian dasar bagi mereka yang terpercaya
 - d) Pajak dan zakat yang terkumpul untuk keperluan masyarakat miskin
 - (1) Pengumpulan harta dan pendapatan dari pajak diadministrasikan oleh Negara
 - e) Mengeluarkan sedekah
 - (1) Barang yang menjadi hak milik pribadi
- 8) Hukum kontrak transaksi syariah
- a) Secara konstitusi, setiap orang mempunyai kebebasan untuk melakukan kontrak dengan siapapun selama tidak bertentangan dengan aturan
 - b) Kesepakatan para hukum berkenaan dengan kontrak meliputi
 - (1) Dibolehkan untuk melakukan kontrak selama tidak dilarang

- (2) Yang terpenting dalam kontrak adalah menghindari sesuatu yang bersifat riba dan *gharar*
- (3) Seluruh kontrak yang dilakukan hendaknya memperhatikan kelengkapannya sampai Sesuai dengan kesepakatan
- c) Batasan-batasan dalam kontrak
 - (1) Menghindari bisnis yang mengandung risiko atau bersifat spekulatif
 - (2) Larangan kontrak transaksi yang tidak bersih.⁴⁰

Etika bisnis Islam berdasarkan konsepnya memiliki kedudukan penting sebagai landasan atau acuan manusia dalam melakukan kegiatan pemenuhan kebutuhan hidupnya (ekonomi). Sebagai tatanan yang bersifat fundamental, ekonomi Islam memiliki nilai yang sangat universal. Secara umum, ekonomi Islam memuat unsur-unsur yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh manusia. Sebagai Muslim yang taat, tentu hukum tersebut sangat berlaku dalam implementasi kehidupan sehari-hari.

c. Etika Bisnis Rasulullah

Elemen etika bisnis Islam merupakan bagian yang penting. Elemen-elemen ini merupakan representasi dari isi ayat Al-Qur'an yang membahas batasan-batasan berperilaku dalam kehidupan, sehingga kemudian diramu menjadi satu pokok bahasan yang dipahami sebagai landasan dalam konsep etika bisnis Islam. Rasulullah saw. sebagai suri tauladan telah memberikan pengajaran kepada kita semua untuk melakukan bisnis yang sesuai dengan syariat Islam, Menurut Idri dalam Hariani, terdapat etika dalam berbisnis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah sa, yakni sebagai berikut :

⁴⁰Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah* (Cet. II; Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 90-93

- 2) Kejujuran
- 3) Amanah
- 4) Tepat menimbang
- 5) Menghindari *gharar*
- 6) Tidak melakukan penimbunan
- 7) Menghindari *najasyi*
- 8) Saling menguntungkan
- 9) Suka rela
- 10) Barang yang suci dan halal
- 11) Membayar upah sesegera mungkin
- 12) Tidak menjelekkkan bisnis orang lain.⁴¹

Umat Islam sebagai generasi penerus dari ajaran agama yang dibawakan oleh Rasulullah saw. maka sebagai Muslim wajib hukumnya untuk meneladani Rasulullah saw. dalam menjalani kehidupan khususnya meneladani beliau dalam melakukan kegiatan perekonomian.

6. Teori Ekonomi Islam

a. Pengertian Ekonomi Islam

Definisi ekonomi Islam atau ekonomi syariah telah didefinisikan oleh para cendekiawan Muslim dengan persepsi yang berbeda-beda. Keragaman ini terjadi karena mereka memiliki bidang yang berbeda. Definisi ekonomi Islam para ahli tersebut menekankan karakter komprehensif tentang subjek dan didasarkan atas nilai moral ekonomi syariah yang bertujuan untuk mengkaji kesejahteraan manusia yang dicapai melalui pengorganisasian sumber-sumber alam berdasarkan kooperasi dan

⁴¹Hariani, Konsep Etika Bisnis Menurut Ekonomi Islam dan Ekonomi Kapitalis (Analisis Perbandingan), (Skripsi Sarjana, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Parepare, 2018), h. 17.

partisipasi.⁴² Lebih lanjut menurut Pradja, ekonomi Islam tidak hanya dipandang sebagai sistem ekonomi yang sesuai dengan fitrah manusia, tetapi lebih dari itu, ekonomi syariah adalah disiplin ilmu yang menyimpan penuh pesona ilmiah. Saat ini, ekonomi syariah telah banyak dikaji oleh kalangan dari berbagai aspek, mulai ekonomi makro-mikro, manajemen, perbankan, asuransi, sampai hukum ekonomi.⁴³

Ekonomi Islam yang merupakan suatu sistem yang merujuk pada syariat, yaitu petunjuk wahyu diyakini para penganutnya sebagai suatu sistem yang memiliki kekuatan dan kemampuan memakmurkan dan menyejahterakan para pengamalnya, baik Muslim maupun non-muslim. Ekonomi syariah diyakini sebagai sistem yang mendapat panduan nilai dan norma kehidupan yang dari Yang Maha Besar dan Maha Adil, Allah swt. tujuannya pun tentu untuk menciptakan dan mewujudkan kesejahteraan dunia akhirat dalam kehidupan masyarakat yang berkeadilan. Dengan kata lain, sistem ekonomi syariah diyakini lebih memberikan jaminan bagi terwujudnya kesejahteraan dan keadilan masyarakat. Bahkan, karena sifatnya yang universal yang dapat menjadi rahmat bagi semesta alam, sistem syariah Islam dalam ruang lingkup masyarakat yang beragama Islam, melainkan dapat dilaksanakan dalam semua lingkup dan komunitas masyarakat mana pun secara konsisten berpegang teguh dalam melaksanakan prinsip-prinsipnya.⁴⁴

Ekonomi Islam memiliki dimensi ibadah yang mengarah pada aplikasi tujuan syariah dan moral dalam perekonomian.⁴⁵ Dengan demikian, ekonomi Islam dapat dipandang sebagai suatu ilmu yang mempelajari hakikat kebutuhan hidup manusia,

⁴²Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah* (Cet. II; Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 56-57.

⁴³Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah*, h. 6.

⁴⁴Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah*, h. 74.

⁴⁵Muklis dan Didi Suardi, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2020), h. 29.

bukan hanya kebutuhan yang bersifat jasmaniah, namun juga bersifat ruhaniah. Konsep hidup yang ingin dibangun dalam perekonomian ialah bagaimana menggapai kehidupan yang hakiki melalui pembentukan kesejahteraan hidup (*falah*) yang diupayakan dengan memperhatikan asas-asas ekonomi Islam sebagai acuan memenuhi kebutuhan hidup. Ekonomi syariah berusaha untuk membebaskan transaksi yang bersifat *riba*, *gharar*, *maysir*, *tadliz*, *dzolim* dan sebagainya, pada intinya ekonomi syariah berlepas dari aturan yang keluar dari prinsip syariah.

b. Sumber Ilmu Ekonomi Islam

Ekonomi Islam sebagai suatu ilmu tentu memiliki sumber yang kuat sebagai landasan untuk diberlakukannya sistem ekonomi Islam. Dalam Pradja, prinsip-prinsip ekonomi Islam dipandu oleh sumber berikut :

- 1) Al-Qur'an Al-Kariim
- 2) Sunnah Rasul
- 3) Hukum Islam dan metodologi
- 4) Sejarah masyarakat Islam
- 5) Data yang berhubungan dengan kehidupan ekonomi.⁴⁶

Ekonomi Islam mendasarkan pada sumber-sumber fundamental yang harus terpenuhi dalam melakukan kegiatan-kegiatan perekonomian. Landasan tersebut dimaksudkan sebagai dasar dalam menentukan hukum benar dan salahnya segala sesuatu dalam ekonomi. Bilamana dalam transaksi yang dilakukan tidak sesuai dengan dasar hukum tersebut, maka akibatnya transaksi tidak dapat dikatakan sebagai transaksi yang sah menurut ekonomi Islam.

c. Konsep Halal-Haram dalam Ekonomi Islam

⁴⁶Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah* (Cet. II; Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 62.

Islam memiliki konsep tersendiri dalam memandang segala sesuatu dari perspektif hukum. Bukan hanya dalam lingkup ekonomi, bahkan Islam melingkupi segala aspek dalam sendi-sendi kehidupan baik dalam sosial, tatanan kenegaraan, organisasi, rumah tangga, warisan, politik, kesehatan dan sebagainya. Islam menempatkan posisi hukum sebagai indikator yang dapat dijadikan sebagai aturan dalam kehidupan agar kehidupan para penganutnya tetap berada di jalur yang taat kepada hukum begitupun juga taat kepada Sang Pencipta.

Islam adalah agama universal yang dapat pula dimengerti sebagai pandangan hidup, ritualitas dan syariah, agama, dan Negara, intuisi, dan aturan main. Syariah mengandung makna kaidah-kaidah hukum dan aturan tentang ritual ibadah dan muamalah untuk membimbing manusia agar hidup layak, patuh kepada Allah swt dan hidup bahagia dengan ridha Allah swt pada hari dimana harta dan anak-anak sudah tidak bermanfaat.⁴⁷

Dalam Al-Qur'an aturan hukum halal dan haram suatu bisnis diatur secara umum, firman Allah swt dalam Q.S An-Nisaa'/4:29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya :

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 swt adalah Maha Penyayang kepadamu.⁴⁸

⁴⁷Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 169.

⁴⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Gema Insani Press, 1989), h. 122.

Makna tekstual dari ayat di atas “perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu” secara harfiah sebagai indikator yang dapat dipahami sebagai perbuatan halal. Dapat pula dipahami bahwa segala sesuatu yang dianjurkan oleh agama, maka sesuatu itu boleh dilakukan (halal), sebaliknya apabila sesuatu itu tidak dianjurkan dalam agama (dilarang), maka sesuatu itu hukumnya tidak boleh dilakukan (haram). Dalam keyakinan sebagai makhluk ciptaan Allah swt. patuh ataupun tidak patuh terhadap hukum halal dan haram akan membawa konsekuensi terhadap kehidupan, baik itu kehidupan sekarang maupun bagi kehidupan yang abadi kelak.

Kemudian dalam sebuah hadis disampaikan oleh Rasulullah saw sebagai berikut :

حَدَّثَنَا أَبُو نُعَيْمٍ، حَدَّثَنَا زَكَرِيَّا، عَنْ غَامِرٍ، قَالَ: سَمِعْتُ النُّعْمَانَ بْنَ بَشِيرٍ، يَقُولُ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: الْخَلَالُ بَيْنَ، وَالْحَرَامُ بَيْنَ، وَبَيْنَهُمَا مُشْبَهَاتٌ لَا يَعْلَمُهَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الْمُشْبَهَاتِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِزِّهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ: كَرَاعَ يَزِيحُ حَوْلَ الْجَحَى، يُوشِكُ أَنْ يُوَاقِعَهُ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ جَحَى، أَلَا إِنَّ جَحَى اللَّهِ فِي أَرْضِهِ مَخَارِمُهُ، أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً: إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ.⁴³

Artinya :

Sesungguhnya perkara halal itu jelas dan perkara haram itu pun jelas, dan di antara keduanya terdapat perkara subhat (meragukan) yang tidak diketahui oleh orang banyak. Oleh karena itu, barangsiapa menjaga diri dari perkara syubhat, ia telah terbebas (dari kecaman) untuk agamanya dan kehormatannya. Dan orang yang terjerumus ke dalam *syubhat* berarti terjerumus ke dalam perkara haram, seperti penggembala yang menggembala di sekitar tempat terlarang, maka kemungkinan besar gembalaannya akan masuk ke tempat terlarang tadi. Ingat! Sesungguhnya di dalam tubuh itu ada sebuah gumpalan, apabila ia baik, maka baik pula seluruh tubuh, dan jika ia rusak, maka rusak pula seluruh tubuh, tidak lain ialah hati (HR. Muslim).⁴⁹

⁴⁹Arbain Nawawi, *Karya Imam Nawawi*, Hadis ke-6 tentang Halal, Haram, dan Syubhat.

Landasan hukum normatif di atas, menunjukkan bahwa konsep halal dan haram sangatlah jelas dalam mekanisme bisnis dan transaksi, walaupun demikian prinsip syariah dalam muamalah (bisnis dan transaksi) dapat menerima adanya inovasi. Hal tersebut dikuatkan dengan banyak hadis Nabi yang memberikan keleluasaan kepada manusia dalam menentukan mekanisme bertransaksi dan berbisnis.⁵⁰

Manifestasi hukum untuk kehidupan manusia bukanlah sebagai bentuk kemurkaan Allah swt kepada manusia, justru ini merupakan bentuk kasih sayang-Nya kepada semua makhluk, tujuannya agar manusia tidak terjerumus ke dalam lembah kenistaan dan mengakibatkan hancurnya peran manusia sebagai *khalifatan fil ardh wa la fissanat*.

d. Transaksi dalam Ekonomi Islam

Transaksi merupakan suatu tindakan untuk pemenuhan kebutuhan manusia, transaksi melibatkan lebih dari satu pihak untuk mendukung proses terjadinya transaksi. Dalam Islam, segala jenis transaksi ekonomi (muamalah) dihukumi boleh hingga terdapat dalil yang melarangnya seperti misalnya keharaman *riba*, *gharar*, *maisir* dan sebagainya. Ketiga transaksi ini jelas kedudukannya dalam ekonomi Islam sebagai suatu transaksi yang dilarang, oleh sebab termuat jelas dalam Al-Qur'an maupun Hadis Rasulullah saw.

Adiwarman A. Karim memandang bahwa kaidah hukum ekonomi Islam yang berlaku menyatakan bahwa semua hal dilarang, kecuali terdapat ketentuan yang membolehkannya dalam Al-Qur'an dan Hadis. Sedangkan dalam urusan atau

⁵⁰Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 170.

transaksi muamalah, semua diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya.⁵¹ Suatu transaksi yang belum ada dan baru muncul dan dikenal sebelumnya dalam hukum Islam, maka transaksi tersebut dianggap dapat diterima, kecuali terdapat implikasi dari Al-Qur'an dan Hadis yang melarangnya, baik secara eksplisit maupun implisit. Dengan demikian, dalam bidang muamalah, semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan.⁵² Dalam hukum ekonomi Islam, juga terdapat bisnis yang dilarang oleh sebab-sebab tertentu, berikut penyebab dilarangnya suatu transaksi dalam ekonomi Islam (*muamalah*) berdasarkan pada pandangan para pakar ekonomi Islam.

1) Haram Zatnya

Transaksi dilarang karena obyek (barang atau jasa) yang ditransaksikan juga dilarang atau haram, misalnya minuman keras, bangkai, daging babi dan sebagainya. Jadi transaksi jual beli minuman keras serta yang disebutkan di atas adalah haram walaupun akad jual belinya sah.⁵³

Suatu transaksi akan dilarang bilamana barang yang diperjualbelikan merupakan barang yang haram menurut zat pembentuknya. Demikian disebabkan oleh suatu pandangan awal bahwa ekonomi Islam menghendaki adanya kebaikan dan kesejahteraan (*falah*) yang diperoleh darinya. Segala bentuk transaksi yang dapat menurunkan keburukan, maka itu terlarang dalam Islam.

2) Haram selain Zatnya

Haram selain zatnya terbagi menjadi beberapa bentuk, diantaranya adalah sebagai berikut :

⁵¹Adiwarman Azwar Karim, *Bank Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 29.

⁵²Juhaya S Pradja, *Ekonomi Syariah* (Cet. II; Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 17.

⁵³Adiwarman Azwar Karim, *Bank Islam*, h. 30.

a) Melanggar Prinsip '*An Taradin Minkum*

Melanggar prinsip ini yaitu, melanggar dengan cara penipuan (*tadlis*) yang berarti dimana keadaan salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui orang lain. Seharusnya mereka mempunyai informasi yang sama sehingga tidak akan ada pihak yang merasa dicurangi dan dapat terjadi empat hal, yakni :

- (1) Kuantitas, contoh : pedagang yang mengurangi timbangan
- (2) Kualitas, contoh : penjual yang menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan
- (3) Harga, contoh : memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar dengan menaikkan harga produk di atas harga pasar
- (4) Waktu penyerahan, contoh : konsultan yang berjanji menyelesaikan proyek dalam waktu dua bulan, padahal dia tahu kalo proyek itu dapat selesai dalam dua bulan.⁵⁴

b) Melanggar Prinsip *La Tuzlimuna wa La Tuzlamun*

Prinsip kedua tidak boleh dilanggar adalah prinsip *la tuzlimuna wa la tuzlamun*, yaitu jangan menzalimi dan jangan dizalimi. Praktek-praktek yang melanggar prinsip ini yakni sebagai berikut :

(1) *Taghrir (Gharar)*

Taghrir adalah situasi dimana hal ini terjadi karena adanya ketidakpastian dari kedua belah pihak yang melakukan transaksi.

(2) Rekayasa Pasar dalam *Supply*

⁵⁴Nur Dinah Fauziah dkk. *Etika Bisnis Syariah*, (Cet. II; Malang: Literasi Nusantara, 2019), h. 20.

Rekayasa pasar dalam *supply* terjadi bila seorang produsen/penjual mengambil keuntungan normal dengan cara mengurangi supply agar harga produk yang dijualnya naik. Hal ini dalam istilah fiqih disebut *ikhthikar*. *Ikhthikar* terjadi bila syarat-syarat di bawah ini terpenuhi :

- (a) Mengupayakan adanya kelangkaan barang baik dengan cara menimbun stok
- (b) Menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan harga sebelum munculnya kelangkaan
- (c) Mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan keuntungan wajar

(3) Rekayasa Pasar dalam *Demand*

Rekayasa ini terjadi bila seorang produsen (pembeli) menciptakan permintaan palsu, seolah-olah ada banyak permintaan terhadap suatu produk sehingga harga jual produk itu naik. Rekayasa *demand* ini dalam istilah fiqih muamalah disebut sebagai *bai' najasy*.

(4) Riba

Riba merupakan topik yang paling penting, masalah riba yang disepakati keharamannya oleh syariat Islam. Asal makna menurut bahasa arab ialah lebih (bertambah). Adapun menurut adalah sebuah akad yang terjadi atas penukaran barang tertentu yang tidak diketahui perimbangannya menurut ukuran *syara'* ketika berakad atau dengan mengakhiri takaran keduanya belah pihak atas salah satu keudanya. Sebagaimana firman Allah swt dalam banyak surah.⁵⁵ Riba terbagi atas beberapa pokok yaitu :

⁵⁵Nur Dinah Fauziah dkk. *Etika Bisnis Syariah*, (Cet. II; Malang: Literasi Nusantara, 2019), h. 20.

(a) Riba *Fadhl*

Menurut Nasrun Haroen, riba yang berlaku dalam jual beli yang didasarkan pada kelebihan pada salah satu harta sejenis yang diperjualbelikan dengan ukuran *syara'* yang dimaksud dengan ukuran *syara'* adalah timbangan atau takaran.⁵⁶

(b) Riba *Nasih*

Menurut Abdurrahman As-Sa'dy menyatakan riba *nasiah* merupakan jenis transaksi riba yang paling ekstrim akan keharamannya dan kezalimannya yaitu jual beli yang meliputi pertukaran takaran makanan tertentu dengan takaran tertentu sampai waktu tertentu, atau tidak secara langsung. Sedangkan menurut Prof. Amir Syarifuddin mendefinisikan tambahan yang harus diberikan oleh oran berutang sebagai imbalan dari perpanjangan waktu pembayaran hutang.⁵⁷

(c) Riba *Qardh*

Merupakan salah satu jenis riba dimana seseorang meminjamkan beberapa dirham kepada yang lain dan mensyaratkan kepada pihak yang dipinjamkan untuk mengembalikan lebih besar daripada yang telah dipinjamnya, atau mengembalikan dengan sesuatu yang lebih baik dan lebih sempurna atau juga pihak yang meminjamkan uang untuk menuntut kepada pihak yang dipinjami untuk memanfaatkan rumahnya atau yang lainnya.⁵⁸

⁵⁶Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 184.

⁵⁷Abdurrahman As-Sa'dy, *Tanya Jawab Lengkap Permasalahan Jual Beli* (Jakarta: Pustaka Assunnah), h. 29.

⁵⁸Nur Dinah Fauziah dkk. *Etika Bisnis Syariah*, (Cet. II; Malang: Literasi Nusantara, 2019), h. 22-23.

(d) *Maysir* (Perjudian)

Secara sederhana yang dimaksud dengan *maysir* atau perjudian adalah suatu permainan yang menetapkan salah satu pihak harus menanggung beban pihak yang lain akibat permainan tersebut.

(e) *Risywah* (Suap Menyuap)

Merupakan perbuatan yang memberikan sesuatu kepada pihak lain untuk mendapatkan sesuatu yang bukan haknya.⁵⁹

3) Tidak sah atau Tidak Lengkap Akadnya

Transaksi yang tidak lengkap akadnya adalah merupakan suatu transaksi yang dapat dikatakan tidak sah dan tidak lengkap akadnya, bila terjadi salah satu (atau lebih) dari faktor-faktor berikut ini :

a) Rukun dan Syarat

Rukun adalah sesuatu yang wajib ada dalam suatu transaksi sedangkan syarat adalah sesuatu yang keberadaannya melengkapi rukun. Jadi apabila rukun sudah terpenuhi tetapi syarat tidak terpenuhi, maka rukun menjadi tidak lengkap sehingga transaksi tersebut menjadi *fasik* (rusak) demikian menurut madzhab Hanafi.

b) *Ta'alluq*

Terjadi bila kita dihadapkan pada dua akad yang saling mengaitkan maka berlakunya akad satu tergantung pada akad yang kedua.

c) *Two in One*

Two in One adalah kondisi dimana suatu transaksi yang di dalamnya terdapat dua akad sekaligus, sehingga terjadi ketidakpastian (*gharar*) mengenai akad

⁵⁹Nur Dinah Fauziah dkk. *Etika Bisnis Syariah*, h. 23.

mana yang harus digunakan.⁶⁰ *Two in One* dilarang sebab di dalam perkataan seseorang terdapat perkataan yang tidak konsisten sehingga dapat mencederai akad yang dilakukan.

C. Tinjauan Konseptual

Tinjauan konseptual dalam penelitian ini memberikan batasan-batasan terkait pengertian judul dalam penelitian ini, agar pembaca dapat memahami konsep penelitian yang disajikan. Berikut pengertian judul dalam penelitian ini :

1. Transaksi

Transaksi adalah suatu kegiatan ekonomi yang dilakukan antara sesama baik itu secara individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok untuk suatu tujuan dan manfaat ekonomi tertentu. Transaksi terjadi apabila kedua pihak memiliki keterikatan saling membutuhkan hingga melahirkan sebuah kesepakatan untuk melakukan transaksi dengan ketentuan-ketentuan yang telah dibangun bersama. Transaksi dalam penelitian ini adalah kegiatan jual beli yang terjadi di Pasar Senggol Parepare antara penjual ikan dengan pembeli ikan.

2. Jual Jeli Ikan

Jual beli ikan adalah tindakan yang mempertemukan antara pembeli dan penjual untuk melakukan suatu transaksi jual beli dengan objek jual belinya adalah ikan yang terjadi dalam suatu tempat, biasanya tempat yang digunakan untuk bertransaksi adalah di pasar. Jual beli dalam penelitian adalah suatu kegiatan jual beli yang terjadi antara penjual ikan dan pembeli yang dipertemukan dalam sebuah tempat yang disebut sebagai pasar. Di pasar ini, sebagai wadah

⁶⁰Adiwarman Azwar Karim, *Bank Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 49.

yang mempertemukan keduanya sehingga terjadi sebuah kesepakatan untuk memperjualbelikan ikan, pasar yang dimaksud adalah Pasar Senggol Parepare.

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam ialah suatu cabang ilmu yang membahas tentang perilaku baik dan buruk atau benar dan salahnya suatu tindakan yang dilakukan manusia dalam kegiatan berbisnis yang menempatkan syariat agama Islam sebagai hukum tertinggi sebagai acuan untuk menilai perbuatan tersebut. adapun indikator dalam etika bisnis Islam ini adalah :

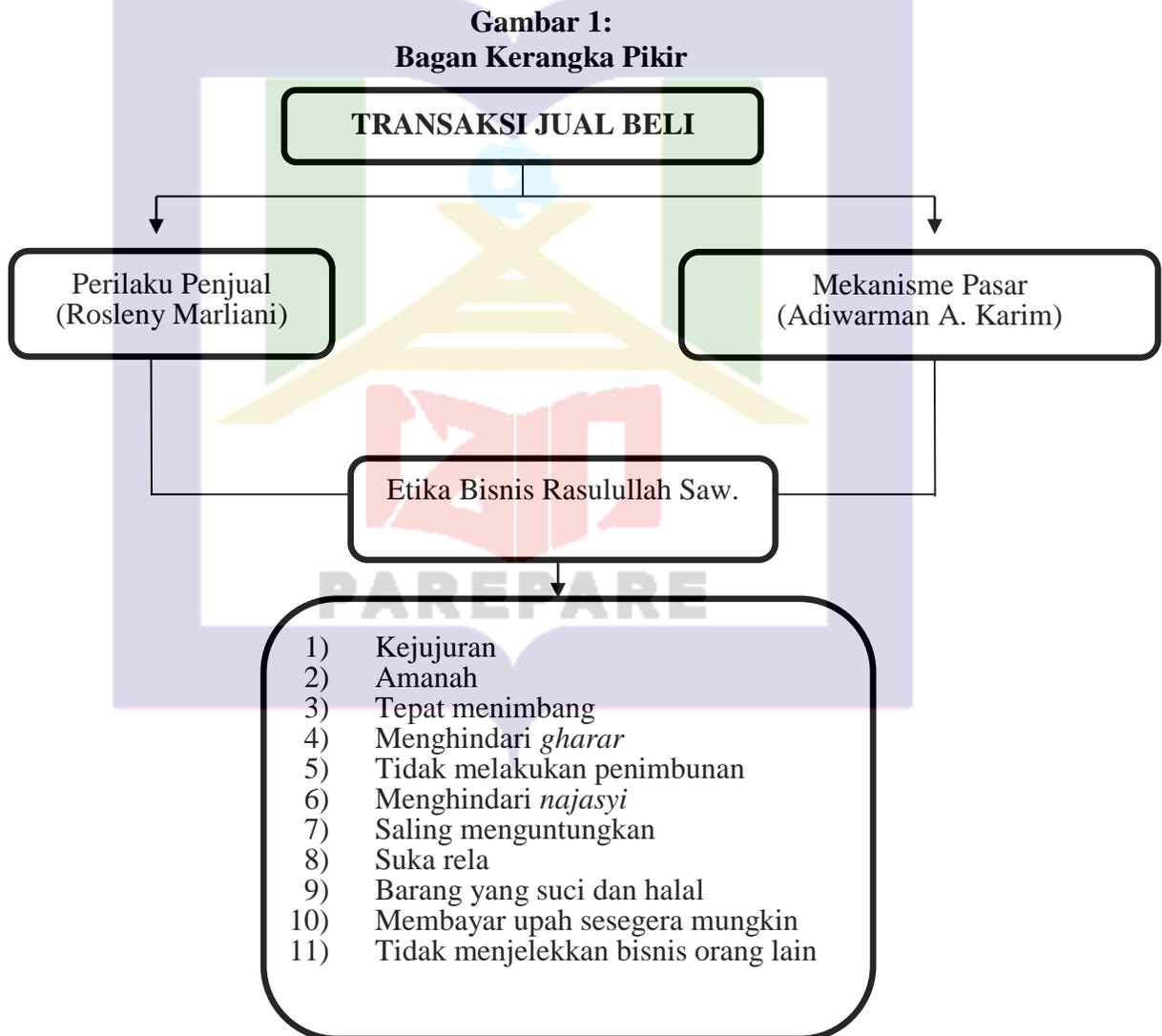
- a. Kejujuran
- b. Amanah
- c. Tepat menimbang
- d. Menghindari *gharar*
- e. Tidak melakukan penimbunan
- f. Menghindari *najasyi*
- g. Saling menguntungkan
- h. Suka rela
- i. Barang yang suci dan halal
- j. Membayar upah sesegera mungkin
- k. Tidak menjelekkkan bisnis orang lain

Judul penelitian yakni transaksi jual beli ikan di Parepare dalam analisis etika bisnis Islam memberikan suatu pengertian bahwa ini merupakan sebuah kegiatan transaksi yang dijalankan oleh 2 belah pihak, yakni penjual dan pembeli untuk melakukan suatu aktifitas jual dan beli ikan dalam suatu tatanan pasar yang sedang

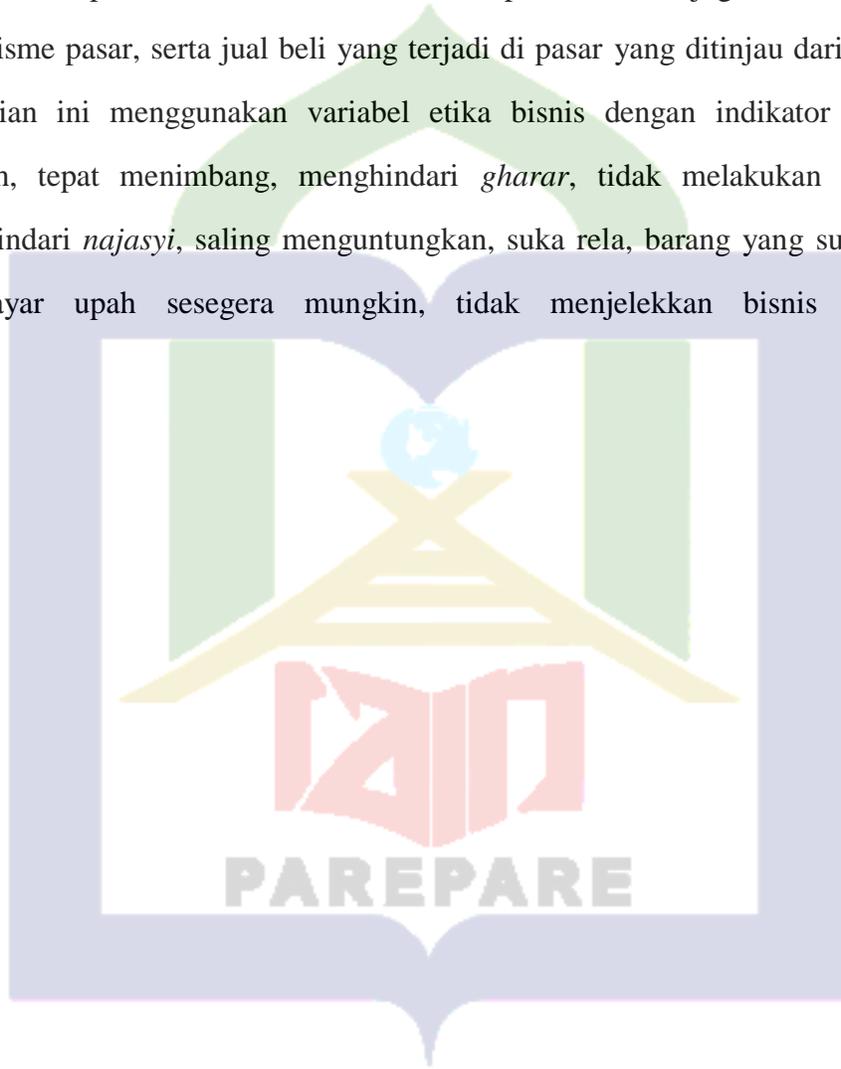
berjalan, yang mana aktifitas jual beli tersebut harus sesuai dengan tujuan dan prinsip berperilaku berdasarkan etika bisnis Islam.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah suatu alur yang disusun oleh peneliti untuk mendeskripsikan konsep penelitian yang terkandung dalam sebuah skema yang digambarkan dalam sebuah kerangka yang saling berhubungan. Kerangka penelitian ini dapat menjadi gambaran ringkas isi penelitian. Berikut peneliti menyusun kerangka pikir sebagai berikut :



Berdasarkan bagan kerangka pikir di atas, maka diperoleh penjelasan bahwa penelitian ini akan menggambarkan sebuah penelitian yang menelaah tentang perilaku jual beli di pasar dengan 2 pokok bahasan yakni tentang perilaku penjual dan perilaku pembeli itu sendiri, kemudian penelitian ini juga membahas tentang mekanisme pasar, serta jual beli yang terjadi di pasar yang ditinjau dari etika bisnis. Penelitian ini menggunakan variabel etika bisnis dengan indikator : kejujuran, amanah, tepat menimbang, menghindari *gharar*, tidak melakukan penimbunan, menghindari *najasyi*, saling menguntungkan, suka rela, barang yang suci dan halal, membayar upah sesegera mungkin, tidak menjelekkkan bisnis orang lain.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Pemaparan hasil penelitian dilakukan dengan narasi yang relevan dengan pokok pembahasan. Adapun pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi yang mengkaji aspek-aspek fenomena alamiah atau kejadian nyata yang terjadi di lapangan.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Lebih lanjut, Erickson menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap tindakan mereka. Kemudian Albi Anggito menyimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah jenis penelitian pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁶¹

Dikatakan penelitian fenomenologi, karena penelitian ini mengkaji secara detail terkait kondisi dan tindakan serta fenomena di lapangan yang berhubungan

⁶¹Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), h. 7-8



dengan penelitian ini. Kajian fenomena dilakukan dengan berhadapan pada kondisi langsung untuk mengamati dan mengobservasi kegiatan jual beli ikan di Pasar.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat dan sistematis, untuk mendukung aktifitas penelitian, maka penelitian akan dilakukan sesuai kemampuan peneliti dan tentunya terdapat subjek penelitian yang dapat menjadi sumber informasi dari kegiatan penelitian, maka dalam hal ini penelitian akan di lakukan di Kota Parepare, lebih spesifik penelitian ini dilakukan di Pasar Senggol sebagai lokasi primer dan Pasar Senggol sebagai lokasi sekunder. Adapun jangka waktu dari penelitian ini dari observasi, perolehan data, pengkajian data dan penyusunan, maka penelitian ini dilakukan sekurang-kurangnya selama 2 bulan.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini berjudul transaksi jual beli ikan di Parepare dalam tinjauan ekonomi Islam akan berfokus pada bagaimana implementasi jual beli ikan di Parepare menurut perspektif etika bisnis dalam Islam.

D. Jenis dan Sumber Data yang Digunakan

Data yang digunakan penulis terbagi atas dua bagian, berikut bagian-bagian dari sumber data yang digunakan :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan yang bersumber langsung dari responden yang dikategorikan sebagai sampel penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan dari peneliti.⁶² Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung kepada subjek penelitian

⁶²Sugiyono, *Statistika Untuk Pelayanan* (Bandung: CV. Alfabeta,2002). h 34.

dengan menggunakan metode wawancara kepada penjual dan pembeli di Pasar Senggol Kota Parepare.

2. Data Sekunder

Data sekunder atau disebut juga data pendukung dalam suatu penelitian. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini berbeda dengan sumber data primer. Data-data sekunder akan diperoleh melalui referensi pendukung yang relevan dengan pokok bahasan dalam penelitian ini, baik itu bersumber dari jurnal internet, skripsi relevan, majalah, surat kabar dan lain-lain sebagainya.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan tindakan penelitian ilmiah yang bersifat empiris yang berdasarkan fakta-fakta lapangan maupun teks. Observasi merupakan kegiatan yang melibatkan seluruh kekuatan indra, seperti pendengaran, penglihatan, perasa, sentuhan dan cita rasa berdasarkan fakta-fakta peristiwa empiris.⁶³

Penelitian ini akan dilakukan melalui metode observasi di Pasar Senggol Parepare dan melakukan pengamatan langsung terkait bagaimana penjual dan pembeli saling bertemu dan melakukan kegiatan transaksi jual beli ikan di pasar.

2. Dokumentasi.

Dokumen adalah catatan kejadian yang sudah lampau yang dinyatakan dalam bentuk lisan, tulisan dan karya bentuk. Metode dokumentasi adalah

⁶³Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), h. 111.

informasi yang penting baik dari lembaga maupun organisasi dan atau perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan, dokumen pribadi dan dokumen resmi.⁶⁴

Proses dokumentasi akan dilakukan oleh peneliti untuk merekam hasil tanggapan dari informan sebagai bentuk pertanggungjawaban dalam penelitian ini. Baik itu dalam bentuk file data; dokumentasi lewat rekaman suara para penjual dan pembeli sebagai narasumber, foto kejadian di pasar, maupun rekaman video yang ada di pasar.

3. Wawancara

Wawancara bertujuan untuk mencari jawaban secara hipotesis. Jenis ini dilakukan pada situasi jika sejumlah sampel yang representatif ditanyai dengan pertanyaan yang sama dan hal ini penting.⁶⁵

Kegiatan wawancara langsung akan dilakukan dengan narasumber dalam penelitian ini, yakni beberapa narasumber sebagai penjual ikan dan beberapa diantaranya adalah pembeli ikan di pasar. Wawancara akan dilakukan dengan menggunakan format wawancara yang disusun secara sistematis berdasarkan suatu kejadian yang terjadi.

F. Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman dalam Sugiyono mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara

⁶⁴Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), h. 255.

⁶⁵Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 85.

terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu :⁶⁶

1. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, meneliti hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

2. Data *Display*

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dalam hal ini peneliti akan menyajikan data dalam bentuk teks, untuk memperjelas hasil penelitian maka dapat dibantu dengan mencantumkan table atau gambar.

3. *Conclusion Drawing/Verivication*

Conclusion Drawing (Kesimpulan) dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif

⁶⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 246-253.

adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remangremang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perilaku Penjual dan Pembeli Ikan di Pasar Senggol Kota Parepare

Perilaku penjual maupun pembeli di pasar sangat beragam. Hal tersebut dipengaruhi oleh motif-motif yang mendasari penjual maupun pembeli. Berikut hasil penelitian dan pembahasan yang berkenaan dengan perilaku penjual maupun pembeli ikan di Pasar Senggol Parepare.

1. Perilaku Penjual

Perilaku dan motif penjualan merupakan hal yang mendasari setiap penjual ikan melakukan kegiatan bisnis. Perilaku penjual yang didasari oleh motif yang menginginkan keuntungan maksimal, cenderung akan melakukan segala upaya untuk membuat barang dagangannya laku di pasar. Akan tetapi penjual yang didasari oleh motif sosial akan cenderung melakukan upaya untuk menjual barang dagangannya dengan baik dan tetap memberikan pelayanan yang tepat kepada konsumennya. Berbagai macam tindakan dan perilaku penjual ikan yang diamati di Pasar Senggol Parepare yakni sebagai berikut :

Berdasarkan hasil pengamatan penelitian yang dilakukan di Pasar Senggol Parepare terdapat beberapa penjual ikan yang memiliki kemampuan menjual dengan pendekatan yang baik terhadap konsumen. Penjual tersebut menawarkan ikannya kepada konsumen dengan ramah tanpa memberikan tekanan kepada konsumen untuk segera membeli ikan yang dijualnya. Perilaku penjual ikan yang demikian ini sangat etis, sehingga konsumen akan cenderung tertarik untuk membeli barang dagangannya yang disebabkan adanya rangsangan positif dari dalam diri konsumen tersebut, bukan karena harga ataupun kualitas ikan yang dijualnya.

Perilaku penjual ikan di Pasar Senggol Parepare memiliki perbedaan satu sama lain. Selain yang dijelaskan di atas, juga terdapat perilaku penjual yang sebaliknya. Kecenderungan mereka adalah membesarkan suara atau bahkan membuat teriakan di telinga konsumennya. Mereka mengajak konsumen untuk membeli barang dagangannya dengan cara yang seperti ini. Metode penjualan ikan yang seperti sangat lazim dijumpai hampir di semua pasar tradisional yang terdapat penjual ikan di dalamnya. Karena situasi yang demikian ini sudah berjalan sejak dulu, maka para konsumen pun tidak menghiraukan hal tersebut dan menganggap biasa-biasa saja.

Memang kalau di pasar itu kan pasti ribut, jadi kita juga sebagai konsumen sudah tidak heran dengan itu.⁶⁷

Menurut salah seorang penjual ikan, bahwa menjual dengan cara membesarkan suara adalah salah satu strategi supaya pembeli bisa menarik pembeli yang jauh untuk mendekat, berikut hasil wawancara dengan Bapak Razak :

Penjual itu kan memang harus besar suaranya, karena pembeli yang jauh bisa mendengarkan kita di sini, kalau suara kita tidak besar bagaimana pembeli mau tertarik.⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menjual ikan dengan nada suara yang besar merupakan salah satu strategi dalam menarik minat konsumen di Pasar Senggol Kota Parepare. Hal ini sudah menjadi situasi dan kondisi yang lumrah suatu pasar yang berjalan. Senada dengan hasil wawancara berikut ini :

Bukan penjual ikan namanya kalau tidak ribut. Karena disitu kita bisa memanggil konsumen, kalau hanya diam bagaimana konsumen mau datang kita punya jualan.⁶⁹

⁶⁷Nursyamsi, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Juni 2021.

⁶⁸Razak, Penjual Ikan Pasar Senggol Senggol Parepare, , Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Juli 2021.

⁶⁹Alvin, Penjual Ikan Pasar Senggol Senggol Parepare, , Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Juli 2021.

Perilaku penjual ikan selanjutnya yang menjadi pengamatan adalah adanya kecenderungan bagi sebagian penjual ikan untuk membuat sedikit stimulus kepada calon pembeli dengan cara mempengaruhi pembeli, tujuannya agar konsumen tersebut merasa tinggi hati hingga berminat untuk membeli barang dagangannya. Perilaku yang demikian ini sering kali dilakukan oleh beberapa penjual ikan yang masih muda kepada konsumen wanita yang juga masih muda.

Perilaku dan perbuatan penjual ikan yang dapat ditemukan di berbagai pasar sangat beragam, ada yang beretika dan ada pula yang kurang beretika bahkan menipu konsumen. Di Pasar Senggol Parepare acap kali yang menjadi temuan adalah adanya strategi beberapa penjual ikan untuk menampilkan barang dagangannya agar terlihat banyak, dimana penjual tersebut sengaja menyimpan benda di bawah karpet jualan mereka agar barang dagangannya dapat terlihat banyak jika di pandang dari jarak yang jauh karena tumpukan ikannya membesar. Biasanya mereka menggunakan cara tersebut untuk ikan yang berukuran kecil-kecil seperti ikan teri dan sebagainya. Akibatnya, beberapa konsumen merasa tertipu dengan hal yang seperti ini, berikut hasil wawancara dengan salah seorang konsumen yang pernah membeli ikan dimana penjual ikan tersebut menggunakan cara yang seperti ini :

Saya itu sering merasa ditipu sama penjual ikan di pasar. Mereka sengaja menaruh gabus atau bantal di bawah di ikannya supaya kelihatan banyak dilihat. Begitu kita sudah deal ternyata di bawah ikannya ada bantalnya, jadinya ikannya sebenarnya sedikit tapi kelihatan banyak karena itu bantal di bawah karpet. Biasa juga kalau kita membeli udang, udangnya keliatan banyak karena di susun lebar ternyata cuman sedikit karena di bawahnya ada bantalnya juga.⁷⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nurlia di atas, sedikit merasa tertipu dengan kuantitas ikan yang dibelinya di pasar, oleh sebab tindakan penjual ikan yang

⁷⁰Ibu Nurlia, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Mei 2021.

sengaja menyimpan benda di bawah tumpukan barang dagangannya agar terkesan banyak. Lebih lanjut, berikut hasil wawancara dengan Ibu Suhartini selaku konsumen di Pasar Senggol Parepare :

Kalau saya lihat di pasar itu, ikan bermacam-macam yah. Jadi saya pernah membeli ikan yang matanya sudah merah, tapi dagingnya masih keras. Saya pikir ikannya masih segar, penjual juga bilang kalau ikannya masih segar. Ternyata begitu sampai di rumah, ikannya tidak segar. Maksud saya, kalau memang ikannya tidak segar yah bilang tidak segar, bukan dengan membohongi pembeli seperti itu. Tapi sekarang itu saya ada langganan memang, saya tidak beli ikan kalau memang bukan di situ.⁷¹

Kesan pertama seorang konsumen terhadap penjual ikan yang melakukan tindakan-tindakan yang kurang baik adalah timbul perasaan-perasaan kecewa dan merasa ditipu. Konsekuensinya, konsumen tersebut tidak akan membeli ikan pada penjual tersebut dan beralih untuk mencari penjual ikan langganannya.

Pada hakikatnya, menjual ikan adalah perbuatan bisnis yang menguntungkan, karena ikan merupakan komoditas pokok yang dicari oleh konsumen sebagai pendamping nasi. Saat ini, komoditas ikan sudah menjadi barang pokok yang dicari oleh konsumen sehingga wajar di daerah Parepare sendiri, ikan menjadi barang yang mahal. Apabila perilaku penjual dalam memasarkan barangnya dilakukan dengan etis dan moral yang baik, maka ikan apapun yang dijualnya akan laris di pasaran, terlebih lagi apabila perilaku tersebut didukung oleh kualitas yang baik dengan penawaran harga yang murah, hal ini dapat mengundang banyak langganan.

Penjual adalah pihak yang menyediakan produk kepada pihak pembeli. Dalam perekonomian, penjual menempati posisi penting sebagai pelaku ekonomi. Pendistribusian barang hingga ke tangan konsumen tidak dapat dilakukan tanpa adanya proses penjualan. Di pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan

⁷¹Ibu Suhartini, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

pembeli untuk melakukan sebuah transaksi. Penjual memiliki berbagai macam karakteristik dengan motif yang berbeda-beda, namun pada prinsipnya tujuan utama penjual dalam ekonomi adalah untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal (*profit oriented*).

Menurut Marliani perilaku individu dapat dipengaruhi oleh beberapa kondisi. Kondisi yang kemudian dapat mempengaruhi karakteristik tindakan seseorang, pengaruh tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Affort* (Usaha)

Affort adalah usaha yang dilakukan oleh individu yang dipengaruhi oleh sesuatu yang berasal dari dalam diri seseorang yang berbentuk motivasi. Motivasi adalah kekuatan atau daya yang dimiliki oleh seseorang yang dapat membangkitkan intensitas dan ketekunan seseorang dalam meraih motivasinya tersebut. Motivasi biasanya berdampak positif yakni kegiatan yang dilakukan dapat berjalan secara sukarela.

Seseorang yang memiliki motivasi yang kuat, maka akan menimbulkan usaha yang lebih keras. Seorang penjual ikan yang termotivasi untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal akan melakukan usaha yang maksimal pula, begitupun juga akan melakukan strategi yang kuat sehingga dapat mencapai tujuan tersebut, sehingga motivasi dalam hal ini sangat berpotensi untuk membangkitkan gairah berusaha seseorang, termasuk dalam hal ini adalah penjual ikan.

Motivasi dari dalam diri seseorang memang penting, akan tetapi sekedar motivasi saja belum cukup bila tidak dibarengi dengan usaha yang baik dan positif. Penjual ikan bisa saja atau bahkan penting untuk memiliki motivasi yang tinggi untuk menambah daya usaha mereka, namun tentunya hal tersebut harus memiliki korelasi

dan berbarengan dengan proses yang baik. Dengan adanya motivasi yang kuat dan didukung oleh proses yang baik dan positif, maka bukan hal yang tidak mungkin, seseorang tersebut dapat mencapai tujuannya dengan baik.

Seorang penjual ikan harus menunjukkan perilaku yang baik dalam berbisnis. Sebab, objek yang ia jual merupakan kebutuhan konsumtif pokok untuk menjaga kelangsungan hidup konsumennya dan berhubungan langsung dengan kesehatan konsumen. Oleh karena itu, setiap penjual ikan harus memastikan kredibilitasnya dalam menjual barang dagangannya yang diwujudkan dalam penjualan ikan yang terjaga kualitas daging dan rasanya.

Penulis tidak menyalahkan perbuatan ataupun motivasi seorang penjual ikan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan menaikkan harga barang dagangannya, akan tetapi setiap penjual ikan harus jujur dalam memasarkan barang dagangannya. Penjual ikan wajar menaikkan harga barang dagangannya, karena memang pada dasarnya rantai distribusi ikan tersebut memang telah berpindah-pindah dan didatangkan dari luar daerah. Setiap konsumen memiliki pandangan yang relatif terhadap harga ikan yang dipasarkan, akan tetapi setiap konsumen memiliki pandangan yang mutlak terhadap kualitas daging dan rasa ikan yang dikonsumsinya.

b. *Ability* (kemampuan)

Ability merupakan kemampuan seorang dalam bentuk kompetensi atau keahlian khusus lainnya. Seorang individu yang berkompeten memiliki pengetahuan yang luas dan keahlian khusus dalam bidang tertentu. Kemampuan seseorang dapat timbul karena latihan ataupun pengalaman yang telah memiliki intensitas yang tinggi.

Seorang yang memiliki kemampuan ataupun kompetensi dalam bidangnya akan mendapatkan apresiasi yang besar dari orang lain, selain itu juga memiliki

manfaat-manfaat ekonomi lainnya. Seperti halnya seorang penjual ikan yang memiliki kemampuan yang baik dalam memasarkan ikan akan berdampak pada pencapaian penjualan ikan yang maksimal.

Tujuan utama dalam perdagangan ikan adalah menjual ikan dagangan dengan sebanyak mungkin dengan margin keuntungan yang besar untuk mencapai profitabilitas yang maksimal. Untuk mencapai tujuan penjualan tersebut, maka kompetensi khusus yang harus dimiliki oleh seorang penjual ikan adalah kecakapan dalam menarik perhatian konsumen melalui pendekatan komunikasi yang baik, jujur dan jelas. Selain itu, seorang penjual ikan juga harus mampu membedakan kualitas ikan yang dijual, maka kualitas daging ikan baik dan buruk. Penjual ikan yang tidak memiliki keahlian ini akan sulit untuk meraih profitabilitas yang maksimal.

c. Situasi lingkungan

Situasi lingkungan dapat memberikan dampak yang positif maupun negatif. Situasi yang kondusif, misalnya dukungan dari atasan, teman kerja, sarana dan prasarana yang memadai, dan lain-lain.⁷²

Unsur yang berpengaruh terhadap perilaku penjualan adalah situasi lingkungan. Apabila dalam suatu situasi yang memadai, maka akan memicu psikologis seorang penjual ikan lebih bersemangat untuk menjual ikannya. Dukungan teman sesama penjual ikan ataupun keluarga sangat berpengaruh terhadap perilaku penjual ikan yang ada di pasar. Apabila dalam suatu pasar, terdapat penjual ikan yang saling berkompetisi namun dengan cara yang tidak sehat, saling menjatuhkan dan sebagainya, maka situasi tersebut dapat memicu timbulnya lingkungan yang tidak kondusif bahkan bisa saja terjadi perkelahian diantara keduanya.

⁷²Rosleny Marliani, *Psikologi Industri Organisasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 42.

2. Perilaku Konsumen

Pada prinsipnya terdapat perilaku dan keinginan yang saling berlawanan antara penjual dengan pembeli di pasar, dimana penjual menginginkan harga yang tinggi dari penjualan, sedangkan pembeli menginginkan kualitas yang baik dan harga yang murah. Kondisi ini sudah lazim ditemukan dalam mekanisme pasar.

Proses tawar menawar hampir terjadi di semua penjual ikan yang ada di Pasar Senggol Parepare. Akan tetapi, masih terdapat sebagian konsumen yang tidak menawar, hal ini dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor kemampuan beli dan faktor pemahaman konsumen terhadap harga ikan yang berlaku di Pasar Senggol Parepare, berikut hasil wawancara dengan pembeli Pasar Senggol :

Saya itu punya langganan khusus kalau ikan. Di pasar itu kalau langganan saya kebetulan menjual pasti saya kesana membeli ikannya. Biasanya saya menawar, biasa juga tidak kalau memang ikannya saya suka.⁷³

Lebih lanjut menurut Ibu Nirwana, sebagai berikut :

Saya tidak punya langganan di Pasar Senggol karena saya jarang beli ikan disana, tapi kadang kalau kesana yah saya cari ikan yang bagus memang. Kalau harganya mahal dan sedikit, pasti saya tawar.⁷⁴

Setiap konsumen memiliki daya beli yang berbeda. Konsumen yang memiliki daya beli yang kurang, maka cenderung akan melakukan tawar menawar berupa pengurangan harga ikan yang dijual di pasar. Sebagian lainnya konsumen yang datang ke Pasar Senggol Parepare, disebabkan daya beli konsumen tersebut memang cukup baik sehingga tidak melakukan tawar menawar dengan pihak penjual ikan. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Nurlia selaku konsumen ikan di Pasar Senggol Parepare :

⁷³Ibu Cica, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Juli 2021.

⁷⁴Ibu Nirwana, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Tegal Parepare pada 1 Juli 2021.

Saya biasanya datang ke pasar itu menawar ikan, karena kita sebagai konsumen tidak dapat dipungkiri suka dengan ikan yang sedikit murah dan banyak. Orang lain mungkin yang punya banyak uang tidak memikirkan itu, sedangkan kita yang terbatas, tawar menawar sangat penting.⁷⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas, sebagian ibu rumah tangga cenderung lebih memilih untuk membeli ikan atau barang-barang konsumsi lainnya dengan mempertimbangkan kuantitas yang berbanding terbalik dengan harga, artinya konsumen yang memilih ikan dengan kuantitas yang banyak sedangkan harga yang murah. Konsumen yang demikian ini umumnya lebih banyak ditemukan, dengan pertimbangan bahwa dengan ikan yang banyak disamping harga yang lebih murah, selama ikan tersebut masih layak untuk dikonsumsi, maka nilai manfaatnya akan semakin banyak pula karena dapat dinikmati oleh orang yang banyak dalam waktu yang lebih lama. Akan tetapi, realitas ini bukan berarti bahwa sikap konsumen tersebut merupakan representasi dari sikap yang kikir, namun dalam dunia ekonomi lebih dikenal dengan istilah rasionalitas ekonomi.

Konsumen yang memiliki rasionalitas ekonomi yang baik, maka akan menjatuhkan pilihan-pilihannya terhadap sesuatu barang yang memiliki nilai manfaat yang tinggi dibandingkan dengan kebutuhan eksistensial semata. Apabila dalam dua pilihan barang yang memiliki nilai manfaat yang sama, akan tetapi memiliki perbedaan harga yang disebabkan oleh *brand*, yang mana barang pertama harganya murah dan manfaatnya sama, sedangkan barang kedua harganya mahal yang disebabkan *brand* dengan manfaat yang sama pula, maka konsumen yang rasional akan menjatuhkan pilihannya kepada barang yang pertama, karena konsumen yang

⁷⁵Ibu Nurlia, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Mei 2021.

demikian ini adalah konsumen yang lebih memilih membeli manfaat daripada citra barang tersebut.

Kalau memilih ikan itu, saya suka yang segar-segar saja pak. Tapi biasanya kan kalau ikannya segar pasti sedikit mahal juga, tapi tidak apa-apa yang penting kita makannya juga enak dan puas.⁷⁶

Sebagaimana uraian di atas, sebagian lagi terdapat konsumen yang sudah paham dengan harga ikan yang berlaku di pasar, sehingga mereka tidak melakukan tawar menawar. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Suhartini selaku konsumen ikan di Pasar Senggol Parepare :

Kalau saya sudah tidak menawar ikan lagi karena mungkin saya sering membeli ikan disini jadi sudah tahu harganya. Yang penting ikannya masih bagus dan segar, begitu penjual memberitahu harga dan memang terjangkau bagi saya, maka saya langsung membelinya. Karena saya berfikir, pun kalau misalnya harga ikannya sedikit lebih mahal, penjual juga mau untung, jadi wajarlah kalau mereka menaikkan harganya. Apalagi saya lihat di pasar itu, banyak yang bukan penjual langsung, artinya ikannya orang lain yang dijualkan juga, nanti ada hasil jualannya baru diberikan upah kepada penjualnya tersebut.⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Ibu Suhartini sebagai konsumen tetap di Pasar Senggol Parepare telah memahami harga ikan yang berlaku di pasar, sehingga kecenderungannya untuk menawar harga ikan tersebut sudah tidak ada lagi. Ia menyatakan sikap empatinya kepada sebagian penjual ikan yang terdapat di Pasar Senggol Parepare, sehingga menurutnya selama harga yang ditawarkan masih dalam kategori yang wajar dengan kualitas ikan yang masih segar, maka ia akan lebih memilih ikan tersebut.

Setiap konsumen memiliki tipe yang berbeda-beda dalam memutuskan pilihannya terhadap sesuatu. Konsumen yang telah melakukan pilihan terhadap

⁷⁶Jumardiah, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Perumnas Wekke'e Parepare pada 28 Juni 2021

⁷⁷Ibu Suhartini, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021

berbagai alternatif biasanya membeli produk yang paling disukai, yang membentuk suatu keputusan untuk membeli produk tersebut. Ada 3 (tiga) faktor yang menyebabkan timbulnya keputusan untuk membeli, yakni sebagai berikut :

a. Sikap orang lain : tetangga, teman, orang kepercayaan, keluarga, dll.

Perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian terhadap suatu barang dapat disebabkan oleh tetangga, teman, orang kepercayaan, keluarga dan sebagainya. Dalam pasar, seorang konsumen akan memutuskan pembelian barang hanya kepada langganan ataupun kepada kerabatnya. Pilihan tersebut adalah pilihan yang didasari oleh adanya kedekatan kekeluargaan sehingga faktor lain seperti kualitas maupun harga menjadi hal yang pertimbangan sekunder.

b. Situasi tak terduga : harga, pendapatan keluarga, manfaat yang diharapkan

Seorang konsumen dalam berperilaku acap kali dipengaruhi oleh situasi yang tak terduga seperti harga barang, pendapatan keluarga, maupun manfaat barang yang diharapkan. Artinya motif konsumen dalam memutuskan pilihannya terhadap suatu barang dapat disebabkan oleh harga barang tersebut. Dalam realitasnya, kecenderungan kebanyakan konsumen yakni terhadap barang-barang yang memiliki harga murah ataupun terjangkau, sehingga secara rasional, seorang penjual apabila menghendaki barang dagangannya cepat laku, maka ia harus menurunkan harga barang dagangannya.

Pendapatan keluarga juga turut berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu barang. Dalam kondisi perekonomian konsumen yang sedang lapang, tentu harga bukan menjadi persoalan sehingga ia memutuskan untuk tidak membeli suatu barang. Akan tetapi, konsumen yang seperti ini akan cenderung lebih memilih barang-barang yang berkualitas, meskipun biasanya barang

yang berkualitas memiliki harga yang tinggi, akan tetapi bagi mereka, hal ini tidaklah menjadi suatu persoalan.

c. Faktor yang dapat diduga : faktor situasional yang dapat diantisipasi oleh konsumen.⁷⁸

Faktor lainnya yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih barang adalah faktor yang dapat diduga dan diprediksi serta dapat diantisipasi oleh konsumen. Misalnya seorang konsumen hendak ke pusat perbelanjaan yang mana telah ditetapkan budget sebelum ia berangkat. Maka konsumen tersebut hanya akan membeli barang yang sesuai dengan budget dan keinginan konsumen.

Jika seorang pembeli berkunjung ke pasar dengan tujuan untuk membeli ikan air laut dengan budget yang telah disiapkan. Di pasar, ia akan menemukan berbagai jenis ikan dengan harga yang variatif, dan ia sudah mengetahui hal itu, akan tetapi sesuai tujuan utamanya tersebut, pembeli ini hanya akan membeli ikan di pasar sesuai dengan perencanaan sebelumnya.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Rico Saputra dan Hatane Semuel terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pembeli, antara lain adalah sebagai berikut :

a. *Cultural Factors* (Faktor Budaya)

- 1) *Culture* (Budaya) adalah hal mendasar yang dapat membentuk kecenderungan dan perilaku seseorang. Setiap komunitas masyarakat dalam suatu daerah tentu memiliki sebuah budaya. Budaya tersebut memiliki perbedaan seiring

⁷⁸Dedy Ansari Harahap, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (PAJUS) Medan, Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol. 7, No. 3, November 2015, h. 233.

dengan perbedaan daerahnya, dan budaya tersebut dapat memberikan dampak ataupun pengaruh terhadap seseorang.

Dalam pembahasan perilaku pembelian konsumen, maka budaya dapat berpengaruh terhadap pembelian barang-barang tertentu yang dibutuhkan dalam mendukung eksistensi budaya tersebut. Dalam sebuah komunitas masyarakat, yang mana dalam komunitas tersebut terdapat kebudayaan menggunakan sarung dalam aktifitas sehari-harinya, maka sarung adalah komoditas yang akan selalu dicari dalam masyarakat tersebut.

- 2) *Subculture* (Sub Budaya) terdiri dari suku bangsa, agama, ras, wilayah geografis. Banyaknya subculture memacu seorang marketer untuk sering-sering menciptakan suatu desain produk dan program pemasaran untuk memenuhi kebutuhan yang beragam tersebut.
 - 3) *Social Class* (Kelas Sosial) adalah pembagian masyarakat yang memiliki kesamaan nilai, ketertarikan, dan perilaku. *Social class* atau tingkatan masyarakat menunjukkan penggunaan produk, dan merek yang berbeda-beda di banyak tingkatan masyarakat, misalnya saja seperti pakaian, peralatan rumah tangga, dan aktifitas sehari-hari.
- b. *Social Factors* (Faktor Sosial)
- 1) *Reference Group* (Kelompok Referensi) adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku seseorang. Kelompok yang mempunyai pengaruh secara langsung disebut juga membership group.

- 2) *Family* (Keluarga) adalah kelompok sosial yang paling penting dalam suatu masyarakat. Anggota keluarga seringkali menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi perilaku seseorang.
- 3) *Role and status* (Peran dan Status), kedudukan seseorang dalam setiap kelompok masyarakat dapat dijelaskan dalam pengertian peran dan status. Setiap peranan membawa satu status yang mencerminkan penghargaan umum yang diberikan oleh masyarakat sesuai dengan perannya. Dalam hubungannya dengan perilaku pembelian, seseorang sering memilih produk yang menyatakan peranan dan status mereka dalam masyarakat.

c. *Personal Factors* (Faktor Personal)

- 1) *Age and Stage in the Life Cycle* (Umur dan Tahap Siklus Hidup), seseorang akan membeli bermacam-macam barang dan jasa seumur hidupnya, dan tentunya macam barang dan jasa tersebut dipengaruhi oleh umur orang tersebut.
- 2) *Occupation and Economic* (Pekerjaan dan Ekonomi), pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsi. Pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan pekerjaan yang mempunyai minat yang hampir sama terhadap produk atau jasa.
- 3) *Personality and Self-Concept* (Kepribadian), setiap orang memiliki karakter personal yang akan mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis yang unik dan menimbulkan tanggapan relatif konstan terhadap lingkungannya.
- 4) *Life Style and Values* (Gaya Hidup dan Nilai), gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan melalui aktivitas, kesenangan, dan opini

mereka, sehingga gaya hidup ini merupakan potret interaksi seseorang dengan lingkungannya.

d. *Psychological Factors* (Faktor Psikologis)

- 1) *Motivation* (Motivasi) Motivasi adalah dorongan dalam diri seseorang yang menghasilkan suatu tindakan. Dorongan ini dihasilkan dari hasrat yang ada di dalam diri seseorang yang muncul karena adanya kebutuhan yang belum terpenuhi. Pada dasarnya secara psikologis manusia memiliki keinginan-keinginan yang ingin dicapainya. Tetapi tidak semua keinginan tersebut dapat diarahkan untuk kepentingan-kepentingan lain di luar keinginannya. Untuk mengarahkannya perlu adanya suatu motivasi. Motivasi merupakan suatu proses psikologis yang mencerminkan interaksi antar sikap, kebutuhan, persepsi, dan keputusan yang terjadi dalam diri seseorang.
- 2) *Perception* (Persepsi) adalah proses dimana individu memilih, mengorganisasi, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran tentang kehidupan.
- 3) *Learning* (Pembelajaran), proses pembelajaran meliputi perubahan-perubahan pada diri seseorang yang berkembang dari pengalaman. Pembelajaran ini meliputi tahapan-tahapan: *drive stimuli, cues, discrimination*. *Drive* adalah rangsangan internal yang kuat dalam seseorang melakukan sesuatu. *Cues* adalah rangsangan kecil yang menentukan kapan, dimana dan bagaimana seseorang merespon. *Discrimination* berarti kita telah belajar mengenal perbedaan dari rangsangan yang serupa dan dapat menyesuaikan respon dengan tepat. Dalam pandangan pemasaran, pembelajaran diartikan sebagai

proses dimana seseorang mendapatkan suatu pengetahuan dan pengalaman yang diterapkan untuk perilaku selanjutnya.

- 4) *Beliefs and attitudes* (keyakinan dan perilaku). Keyakinan adalah suatu pemikiran deskriptif yang diyakini oleh seseorang terhadap suatu hal. Kepercayaan terhadap suatu produk akan mempengaruhi pendapat seseorang untuk membeli produk tersebut. Sikap juga sama pentingnya dengan kepercayaan karena tingkah laku akan menunjukkan apakah konsumen menyukai suatu produk atau tidak.⁷⁹ Sehingga penjual wajib memperhatikan hal tersebut.

B. Mekanisme Jual Beli Ikan di Pasar Senggol Kota Parepare

Pasar Senggol Parepare adalah salah satu dari tiga pasar tradisional di Kota Parepare. Diantara tiga pasar tradisional, Pasar Senggol merupakan pasar ikon Kota Parepare. Di pasar ini banyak terdapat penjual, bukan hanya penjual ikan, akan tetapi juga terdapat berbagai macam penjual pakaian bekas. Berdasarkan hasil observasi penelitian, diamati terdapat 42 penjual ikan di Pasar Senggol Parepare dengan jenis ikan yang berbeda-beda. Terdapat penjual ikan air tawar maupun ikan air asin, mayoritas diantara mereka berasal dari luar daerah.

Mekanisme jual beli ikan di Pasar Senggol yang menjadi fokus pengamatan dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut :

1. Pembentukan Harga Pasar

Harga merupakan salah satu elemen dalam proses jual beli dimana harga memiliki kondisi yang sangat statis yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang

⁷⁹Rico Saputra dan Hatane Samuel, Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 1, (2013) 1-12, h. 2-3.

saling mendukung. Mekanisme atau proses jual beli ikan di pasar tidak terlepas dari hukum permintaan dan penawaran, yang mana dalam hukum tersebut mengandung dua unsur penting yakni ketersediaan ikan dan fluktuasi harga barang.

Tingkat harga di Pasar Senggol Parepare dipengaruhi oleh musim yang dapat berpengaruh terhadap ketersediaan stok ikan di pasar. Selain itu, mekanisme penentuan harga di pasar juga terjadi oleh faktor yang dipengaruhi oleh kebutuhan konsumen terhadap ikan yang disebabkan oleh moment tertentu yakni pada bulan Ramadhan. Pada Bulan Ramadhan, dimana penelitian ini sedang berlangsung didapati bahwa harga ikan di Pasar Senggol Parepare mengalami kenaikan. Hal ini disebabkan oleh tingkat kebutuhan konsumen terhadap bahan pokok makanan semakin naik, sehingga para penjual ikan pun menaikkan harga ikan tersebut berikut hasil wawancara dengan konsumen di Pasar Senggol :

Untuk saat ini saya melihat kalau harga ikan di Pasar Senggol ini cukup mahal ya mungkin karena bulan Ramadhan. Kebutuhan rumah tangga pasti membutuhkan ikan untuk dipakai berbuka puasa ataupun sahur, jadi walaupun ikan mahal tetap akan dibeli karena akan dipakai untuk kebutuhan makan.⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas, Bapak Sorrik di atas menyatakan bahwa pada bulan Ramadan ini harga ikan di Pasar Senggol mengalami kenaikan yang cukup drastis hal tersebut disebabkan karena permintaan terhadap ikan pada saat bulan Ramadhan semakin naik, sehingga harga yang ditawarkan oleh penjual ikan pun mengalami kenaikan. Permintaan ikan pada saat bulan Ramadan meningkat disebabkan karena tingkat konsumsi bahan makanan pokok termasuk ikan pada saat bulan Ramadhan semakin naik pula. Lebih lanjut berikut hasil wawancara dengan ibu

⁸⁰Bapak Sorrik Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

rumah tangga yang menyatakan harga ikan di Pasar Senggol Parepare mengalami kenaikan di bulan Ramadhan :

Harga ikan saat ini naik, sebenarnya ini sudah menjadi rahasia umum ya kalau di bulan Ramadhan itu pasti bahan makanan pokok akan naik. Bukan hanya ikan, akan tetapi juga makanan sembako lainnya seperti cabai, gula, terigu dan sebagainya. Itu di bulan Ramadhan pasti mengalami kenaikan karena orang-orang akan banyak mencari bahan makanan tersebut. Tapi akan kembali turun di luar bulan Ramadhan.⁸¹

Menurut Bapak Sorrik di atas selaku konsumen ikan di Pasar Senggol Parepare, kenaikan harga ikan dan bahan makanan sembako pada umumnya di bulan Ramadhan ini sudah berlangsung sejak dulu sehingga kondisi ini oleh sebagian besar ibu rumah tangga dinilai sebagai sesuatu yang wajar karena tingkat kebutuhan masyarakat terhadap ikan maupun bahan pokok yang ada di pasar itu semakin naik pula. Berbeda halnya dengan harga ikan pasca bulan ramadhan menurut Bapak Mastang berikut :

Bulan ramadhan kemarin memang agak mahal ikan di pasar, sekarang saya lihat sudah kembali normal harganya.⁸²

Kuantitas ikan yang diperjualbelikan di pasar Senggol diamati oleh peneliti memang sangat sedikit apabila dibandingkan dengan hari-hari biasanya, hal ini dapat menyebabkan kenaikan harga terhadap ikan. Selain itu, permintaan ikan dan bahan makanan pokok lainnya turut meningkat bersamaan dengan bulan ramadhan. Peningkatan permintaan ikan yang demikian ini disebabkan oleh waktu-waktu tertentu dimana waktu tersebut mencakup perayaan besar oleh masyarakat sedang dilakukan, sehingga membuat kebutuhan terhadap barang tersebut semakin meningkat.

⁸¹Bapak Sorrik Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

⁸²Bapak Mastang, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 28 Juni 2021.

Perubahan tingkat harga sangat bergantung pada ketersediaan ikan yang dapat ditemukan di Pasar Senggol. Berdasarkan hasil pengamatan penelitian yang telah dilakukan selama penelitian ini berlangsung, didapati sebuah realitas bahwa harga ikan di Pasar Senggol mengalami perubahan naik maupun turun dipengaruhi oleh ketersediaan ikan. Apabila dalam musim tertentu di mana ikan yang ada di Pasar Senggol sedikit, maka harganya pun akan naik, namun apabila dalam waktu tertentu dimana ketersediaan ikan di Pasar Senggol banyak maka harga pun akan turun. Waktu-waktu dimana ketersediaan stok ikan di Pasar Senggol menipis atau pun banyak sangat dipengaruhi oleh musim. Senada dalam hasil wawancara dengan Bapak Darul berikut ini :

Yah kalau memang ikannya sedikit, misalnya ikan bandeng pasti harganya mahal. Tapi kalau ikannya banyak pasti juga turun harganya, karena kalau kita tahan, jangan sampai tinggal saja membusuk.⁸³

Terdapat dua jenis ikan yang diperdagangkan di Pasar Senggol Parepare, yakni ikan air asin dan ikan air tawar. Ketersediaan stok ikan air tawar kurang bilamana musim panen ikan air tawar sedang tidak ada, akan tetapi di saat yang berbeda, pada musim panen ikan air tawar sedang berlangsung, maka ketersediaan stok ikan air tawar akan mengalami kenaikan. Apabila ikan air tawar yang dipasarkan memiliki kuantitas yang besar karena bertepatan dengan musim panen, maka harga yang ditawarkan kepada pembeli akan mengalami penurunan.

Berbeda halnya dengan ketersediaan stok ikan air asin. Ikan air asin tersedia di pasar dalam kuantitas yang sedikit bilamana sedang berada di pertengahan bulan atau akhir bulan *qamariyah*. Begitupun dalam kondisi yang berbeda, dimana ikan air asin akan tersedia dalam kuantitas yang besar di pasar bilamana tidak sedang berada

⁸³Bapak Darul, Penjual Ikan di Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 28 Juni 2021.

di pertengahan bulan atau akhir bulan *qamariyah*. Hal yang demikian ini terjadi disebabkan karena sebagian besar nelayan yang ada di pesisir pantai yang merupakan sumber ikan yang dijual di Pasar Senggol Parepare menggunakan metode penangkapan ikan dengan keramba jaring, yang mana metode penangkapan ini sangat dipengaruhi oleh musim.

Ibn Taimiyah berkata, "Naik dan turunnya harga tidak selalu berkaitan dengan kezaliman (*zulm*) yang dilakukan seseorang. Alasannya, karena adanya kekurangan dalam produksi atau penurunan impor dari barang, barang yang diminta. Jadi, jika membutuhkan peningkatan jumlah barang, sementara kemampuannya menurun, harga akan naik. Pada sisi lain, jika kemampuan penyediaan barang meningkat dan permintaan menurun, harga akan turun. Kelangkaan dan kelimpahan tidak harus diakibatkan oleh perbuatan seseorang. Hal tersebut dapat berkaitan dengan sebab yang tidak melibatkan ketidakadilan, atau bisa juga disebabkan ketidakadilan. Maha Besar Allah Swt, yang menciptakan kemauan pada hati manusia ..." (Ibnu Taimiyah, Majmu' Fatawa) dikutip dari ALA. Islahi). Ungkapan ini menunjukkan ada kebiasaan yang berlaku pada zaman Ibnu Taimiyah, bahwa kenaikan harga sering diakibatkan oleh ketidakadilan para pelaku pasar. Pandangan ini ditolak oleh Ibn Taimiyah dengan mengungkapkan bahwa kenaikan harga tidak selamanya disebabkan zulm (ketidakadilan). Ada faktor lain yang memengaruhinya, yaitu kekuatan pasar antara *supply* dan *demand*.

Dalam kitab Fatawa, Ibnu Taimiyah menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan konsekuensinya terhadap harga, yaitu sebagai berikut:

- a. *Ar-Raghabah* (keinginan) atas barang-barang berbeda dan sering berubah. Hal ini turut dipengaruhi oleh berlimpah atau langkanya suatu barang. Semakin langka, semakin diminati oleh masyarakat.
- b. Dalam konvensional, faktor ini dikenal dengan istilah *preference* (minat).
- c. Jumlah orang yang meminta. Semakin banyak orang yang meminta satu jenis barang dagangan, semakin mahal harga barang. Kuat atau lemahnya permintaan. Semakin tinggi dan kuat suatu kebutuhan, harga akan naik lebih tinggi dibandingkan peningkatan kebutuhan itu kecil atau lemah.
- d. Kualitas pembeli (*al-mu'awid*). Harga juga berubah-ubah, sesuai dengan pelaku transaksi. Pembeli yang memiliki kredibilitas buruk, sering bangkrut, mengulur-ulur pembayaran akan mendapatkan harga yang lebih tinggi daripada pembeli yang memiliki predikat baik.
- e. Jenis uang yang digunakan. Harga juga dipengaruhi oleh bentuk alat pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual beli. Jika yang digunakan adalah *nagd raji*, harga lebih rendah daripada membayar dengan uang yang jarang ada di peredaran.

Hal ini terjadi karena tujuan transaksi harus menguntungkan penjual dan pembeli. Jika pembeli memiliki kemampuan untuk membayar dan dapat memenuhi janjinya, transaksi akan lebih mudah/lancar. Aplikasi yang sama berlaku bagi seseorang yang meminjam atau menyewa. Adanya biaya tambahan akan mengakibatkan perubahan harga. Menyewa tanah dalam kondisi banyaknya perampok atau hewan liar akan menambah beban bagi penyewa, sehingga harga sewa lebih rendah dibanding tanah yang tidak membutuhkan biaya tambahan.⁸⁴

⁸⁴Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Pustaka Setia, 2013), h. 220-221

Menurut Ibnu Taimiyah, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dalam mekanisme pasar adalah situasi alamiah dalam pasar. Situasi alamiah pasar menggerakkan mekanisme pasar dengan sendirinya sehingga membentuk harga permintaan dalam pasar. Keinginan konsumen membentuk harga terhadap barang, semakin berminat konsumen maka semakin mahal pula tingkat harga yang ditawarkan, begitupun dengan keberadaan barang, semakin langka barang dalam suatu pasar maka semakin tinggi pula harga., faktor-faktor lainnya yang berpengaruh dominan dalam pembentukan harga dalam pasar adalah jumlah orang meminta barang, kualitas ekonomi pembeli dan jenis uang yang digunakan.

2. Permintaan

Permintaan dalam pasar merupakan salah satu mekanisme yang selalu ada di dalam pasar. Permintaan diartikan sebagai suatu permintaan barang oleh konsumen di pasar berdasarkan kebutuhannya. Dalam hukum permintaan, terdapat dua unsur yang saling berhubungan yakni kuantitas barang dan harga. Salah satu elemen pembahasan dalam ekonomi mikro, permintaan didasari pada hukum dimana apabila tingkat harga di pasaran naik maka jumlah barang yang diminta oleh konsumen akan menurun. Sebaliknya apabila tingkat harga di pasaran turun maka jumlah barang yang diminta oleh konsumen akan naik. Dalam hukum permintaan tersebut menitikberatkan dua unsur pokok yang saling berkaitan, akan tetapi dalam permintaan, unsur harga dan kuantitas memiliki hukum yang berbanding terbalik.

Dalam hukum asalnya dimana apabila harga yang ditawarkan kepada konsumen mengalami penurunan maka kuantitas atau jumlah barang yang diminta pasar memiliki tingkat kenaikan yang signifikan, hal demikian disebabkan karena semakin banyak barang di pasar, maka ketersediaan ruang bagi konsumen pun akan

menjadi terbuka untuk memilih barang yang diinginkannya, sehingga potensi terjualnya suatu barang akan semakin sedikit. Maka akan rasional apabila harga di masa jumlah barang sedang banyak di pasar harus diturunkan.

Begitupun sebaliknya, bilamana kuantitas atau jumlah barang yang tersedia di pasar yang rendah, maka harga yang ditawarkan pun akan mengalami kenaikan yang signifikan. Hal yang sama pula disebabkan karena semakin sedikit ketersediaan barang di pasar, maka akan semakin sedikit pula ruang opsi bagi pembeli untuk memiliki barang tersebut sehingga konsumen pun akan membeli barang tersebut meskipun mahal apabila stok kurang. Barang yang dimaksud disini adalah ikan yang dipasarkan di Pasar Senggol Kota Parepare.

Konsep jual beli ikan di pasar yang berkaitan dengan hukum permintaan adalah dimana apabila harga suatu ikan yang dijual di pasar memiliki harga yang tinggi, maka secara hukum jumlah pembelian atau permintaan terhadap ikan tersebut akan menurun, akan tetapi apabila harga ikan yang dijual di pasar memiliki harga yang murah, maka jumlah ikan yang diminta pun akan mengalami kenaikan.

Hukum permintaan masih berlaku akan tetapi dalam waktu-waktu tertentu, adakalanya hukum permintaan ini tidak berlaku misalnya di bulan Ramadan ini. Peneliti mengamati bahwa harga ikan di Pasar Senggol pada saat bulan Ramadan mengalami kenaikan dan juga seiring dengan kenaikan permintaan terhadap ikan tersebut. Apabila mengacu dalam hukum permintaan di mana kuantitas ikan di pasar yang semakin naik seharusnya harga yang dipasarkan turun untuk mencapai skala hukum permintaan yang stabil, akan tetapi karena pengaruh kebutuhan yang disebabkan oleh hari-hari tertentu, maka hukum permintaan ini tidak berlaku. Sehingga dapat dipahami bahwa hukum permintaan terhadap ikan pada saat bulan

ramadhan tidak berlaku, disebabkan adanya tingkat kebutuhan konsumtif yang semakin naik sehingga harga menjadi faktor sekunder.

3. Penawaran

Pasar Senggol Parepare merupakan wadah yang mempertemukan antara penjual dengan pembeli dengan berbagai macam perilaku. Penjual yang menjadi pokok pembahasan ini adalah penjual ikan yang ditemukan di Pasar Senggol Parepare. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil observasi, ditemukan bahwa di Pasar Senggol Parepare terdapat 42 penjual ikan dengan menjual berbagai macam dan jenis ikan yang dikonsumsi setiap hari oleh konsumen.

Senada dalam hasil wawancara dengan Bapak Tapa sebagai penjual ikan di Pasar Senggol Parepare berikut ini :

Biasanya kalau lagi musim terang bulan misalnya, ikan laut itu kan kurang. Karena para pencari ikan menggunakan jaring itu, jadi langitnya terang bagaimana mau masuk ikan di jaring.⁸⁵

Kuantitas ketersediaan ikan di pasar sangat berpengaruh terhadap harga ikan yang dipasarkan. Terdapat waktu-waktu tertentu yang menyebabkan kuantitas jenis ikan tertentu di pasar mengalami penurunan sehingga harganya pun akan naik, sedangkan apabila dalam kondisi ketersediaan ikan di pasar sedang banyak, maka harga akan turun. Sebagaimana tanggapan Bapak Darul berikut ini :

Stok ikan di Parepare didatangkan dari luar daerah, meskipun pedagang yang menjual ikan mayoritas masyarakat Kota Parepare. Sebagaimana diketahui bahwa Kota Parepare tidak termasuk sebagai wilayah penghasil ikan, utamanya ikan air tawar. Saat ini, mayoritas ikan di datangkan dari luar daerah, seperti ikan bandeng, nila, dan udang di datangkan dari daerah Pinrang, Sinjai, dan sebagainya. Sedangkan

⁸⁵Bapak Tapa, Penjual Ikan di Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 28 Juni 2021.

untuk ikan air asin banyak di datangkan dari daerah Suppa dan Sulawesi Barat, hanya sedikit sekali ikan yang pasarkan yang bersumber dari Kota Parepare itu sendiri. Pendapatan penjual ikan tentu berdasarkan dari kuantitas ikan yang dijualnya kepada masyarakat/konsumen. Sehingga, untuk mendapatkan konsumen, berbagai macam tindakan yang dilakukan oleh penjual ikan sebagai strategi penjualan. Berikut hasil wawancara dengan penjual ikan di Pasar Senggol Parepare :

Kalau saya di sini pak menerima barang dari luar daerah, jadi memang akan lebih mahal. Apalagi biasanya kalau ramadhan seperti ini ikan banyak laku dpasar, jadi kita berusaha terus supaya stok ikan di Parepare selalu ada.⁸⁶

Berdasarkan keterangan yang dikemukakan di atas, bahwa beberapa pedagang ikan di Pasar Senggol Parepare mendatangkan ikan dari luar daerah untuk kemudian di jual di Kota Parepare itu sendiri. Terdapat kendala yang dihadapi oleh penjual ikan, yakni persoalan resiko tidak laku dari barang dagangannya sehingga akan menambah biaya perawatan ikan tersebut sebab membutuhkan es untuk mengawetkan ikan agar tetap kesegarannya tetap terjaga dengan baik hingga ke-esokan harinya. Akan tetapi selama bulan ramadhan ini, stok ikan di pasar selalu stabil sebab kebutuhan konsumen juga semakin tinggi.

Dalam hukum penawaran, terdapat suatu pernyataan bahwa apabila harga suatu barang yang dipasarkan mengalami kenaikan, maka kuantitas barang yang ditawarkan kepada konsumen pun akan mengalami kenaikan. Begitupun apabila harga suatu barang yang dipasarkan mengalami penurunan, maka kuantitas barang yang ditawarkan kepada konsumen pun akan mengalami penurunan, sehingga dalam hukum penawaran, antara harga dan kuantitas berjalan beriring.

⁸⁶Bapak Irwanda, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

Bulan Ramadhan merupakan waktu penelitian ini sedang dilakukan dimana harga pada saat bulan Ramadhan mengalami kenaikan, sehingga kuantitas ikan pun akan semakin banyak. Berdasarkan dengan ini, maka dapat dinyatakan bahwa hukum penawaran berlaku di Pasar Senggol. Seiring dengan tingginya kebutuhan konsumen terhadap barang konsumtif di bulan Ramadhan, termasuk ikan, menjadikan harga ikan tersebut mahal, penjual ikan pun berupaya untuk menyediakan stok ikan yang sebanyak-banyaknya pada masa tersebut sehingga dapat dipahami bahwa hukum penawaran dalam jual beli ikan di pasar senggol Parepare berjalan sesuai dengan konsep dari hukum tersebut.

C. Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Transaksi Jual Beli Ikan di Pasar Senggol Parepare

Dalam Islam, capaian nilai yang diharapkan dari transaksi jual beli adalah keuntungan duniawi dan keuntungan akhirat. Keuntungan duniawi berupa profitabilitas penjualan, sedangkan keuntungan akhirat berupa pahala yang merupakan konsekuensi logis dari aktifitas penjualan yang sesuai dengan ajaran Islam. Islam melarang umat manusia untuk menjalani kehidupan dengan tidak berimbang, artinya bahwa antara pencarian keuntungan dunia dan akhirat haruslah berimbang. Tidak dibenarkan bagi sebagian orang yang mencari keuntungan dunia secara total dan mengabaikan akhiratnya, di sisi lain juga tidak dibenarkan bagi sebagian orang yang hanya mencari akhiratnya dan mengabaikan dunianya. Adapun firman Allah swt yang menjelaskan hal tersebut terdapat dalam Q.S Al-Qashas : 77 yakni sebagai berikut :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Terjemahnya :

Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.⁸⁷

Berdasarkan ayat di atas, tersurat bahwa Allah swt mengajak bagi setiap Muslim untuk mencari kehidupan dunia sebagai perwujudan rasa syukur atas anugrah yang diberikan kepada setiap manusia. Sehingga tindakan seseorang yang melupakan dunianya sama halnya dengan seseorang yang tidak mensyukuri karunia Allah swt yang telah ditebarkan di muka bumi ini. Akan tetapi, dalam hal mencari dunia, diwajibkan bagi setiap Muslim untuk tetap mengindahkan kaidah-kaidah dalam menjalin hubungan sesama manusia (*hablum minannas*) dengan tetap berbuat baik kepada setiap manusia.

Mencari kehidupan dunia yang mapan bukan menjadi tujuan akhir, akan tetapi sebagai tujuan antara, akhirat tetap menjadi tujuan utama. Akan tetapi dengan dunia, seseorang mampu mencapai tujuan akhirat dengan mulia yakni menjadikan hasil pencarian duniawinya sebagai sarana untuk mendapatkan kebahagiaan akhirat, upaya ini dapat terimplementasi dengan mendayagunakan harta kekayaan di jalan Allah swt. dan melalui proses pencarian yang tetap mengindahkan nilai-nilai etis dalam berbisnis. Nilai dan etika dalam berbisnis dapat terimplementasi dengan etika bisnis yang dijalankan oleh Rasulullah saw kepada kita semua, maka sebagai umat Rasulullah saw mutlak untuk menjalankan sunnah-Nya.

⁸⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Gema Insani Press, 1989), h. 233.

Etika bisnis Rasulullah pada dasarnya memuat 11 unsur pokok yang menjadi indikator pembahasan dalam penelitian ini, diantaranya adalah kejujuran, amanah, tepat menimbang, menghindari *gharar*, tidak melakukan penimbunan, menghindari *najasyi*, saling menguntungkan, suka rela, barang yang suci dan halal, membayar upah sesegera mungkin, tidak menjelekkkan bisnis orang lain. Akan tetapi dalam pembahasan ini, unsur seperti menghindari *najasyi* dan membayar upah sesegera mungkin tidak menjadi pembahasan dalam penelitian ini sebab tidak ditemukan relevansi yang kuat dalam transaksi jual beli.

1. Kejujuran dan Amanah

Menjaga amanah dan memenuhi janji merupakan bagian dalam budaya Islam.⁸⁸ Menjalankan bisnis haruslah memperhatikan nilai kejujuran maupun sikap amanah. Kejujuran merupakan tonggak utama dalam menjamin keridhohan Allah swt bagi setiap manusia. Dengan demikian, bagi setiap penjual maupun pembeli yang menghendaki keridhohan dari Allah swt, maka ia harus berperilaku jujur dalam segala transaksi jual beli yang dilakukan. Konsekuensi dunia yang dapat diperoleh dari penjual yang jujur adalah kepuasan yang diperoleh dari pelanggan sehingga dapat meningkatkan nilai penjualan. Semakin banyak pembeli yang merasa puas akan kejujuran seorang penjual, maka semakin besar pula potensi bagi penjual untuk meraup keuntungan ekonomi dari pembeli, karena akan semakin banyak pula pembeli yang akan loyal terhadapnya. Berikut hasil wawancara dengan beberapa penjual ikan dan pembeli di Pasar Senggol Parepare yang berkaitan dengan pandangannya terhadap pentingnya kejujuran.

Kejujuran itu tentu saja merupakan unsur yang pokok dalam jual beli, apalagi kita menjual ikan yang dikonsumsi oleh masyarakat banyak. Kita harus jujur kepada

⁸⁸Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h. 65.

pembeli kalau memang ikannya kurang segar, kita katakan tidak segar. Kalau memang ikannya segar kita juga katakan segar, jadi apa adanyalah kalau menjual itu.⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Kurnia di atas sebagai penjual ikan, ia mengemukakan pentingnya bersikap jujur dalam melakukan transaksi jual beli. Jujur di sini apabila kualitas ikan baik, kemudian ditawarkan kepada pembeli maka harus menjelaskan kepada pembeli, begitupun apabila kualitas daging ikan yang ditawarkan kepada pembeli memiliki mutu yang kurang baik, maka harus pula dijelaskan dengan transparan kepada pembeli. Transparansi dalam transaksi jual beli sangat penting untuk menghindari adanya tindakan penipuan yang dilakukan kepada pembeli. Lebih lanjut, adapun hasil wawancara dengan Bapak Irwandi sebagai salah seorang penjual ikan di Pasar Senggol Parepare menyatakan sebagai berikut :

Kalau menurut saya, jujur itu tidak harus dibilang ke semua pembeli, karena pembeli juga sudah tahu mana ikan yang segar dan mana ikan yang tidak segar. Kalau ikan yang kebanyakan kita datangkan dari luar daerah yang jauh pasti sudah di awetkan pakai es, jadi tidak terlalu segar, akan tetapi kalau ikan yang sudah dikasi es, itu kan harganya juga akan turun, jadi tetap adil kan. Artinya kalau pembeli mau ikan yang segar juga harus menyiapkan uang banyak juga, kalau dia mau yang kualitas sedikit rendah ya pasti murah juga.⁹⁰

Menurut Bapak Kurnia, seorang pembeli ikan di pasar yang mana seiring dengan kebiasannya membeli ikan, maka tentu ia akan mengetahui kualitas daging ikan dan mampu membedakan mana ikan yang berkualitas baik dan mana yang berkualitas tidak baik. Dengan demikian, seorang penjual ikan tidak mesti harus mendeskripsikan kualitas ikan tersebut kepada setiap pembeli. Seorang pembeli tentu dapat membedakan kualitas daging ikan yang dijual di pasar, sebagaimana ikan

⁸⁹Bapak Kurnia, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

⁹⁰Bapak Irwanda, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

tersebut memiliki ciri-ciri yang membedakan dengan jelas antara ikan yang memiliki daging segar, dan ikan yang memiliki daging tidak segar.

Penjual ikan di Pasar Senggol Parepare mayoritas mendatangkan ikan dari luar daerah untuk memenuhi pasokan ikan di Kota Parepare sendiri, termasuk di Pasar Senggola Parepare. Oleh sebab kedatangan ikan yang berasal dari luar daerah, sehingga ikan tersebut cenderung harus diawetkan, salah satu cara yang banyak ditemukan di Pasar Senggol Parepare adalah dengan menaburkan es serut ke dalam wadah penampungan ikan. Cara yang demikian ini sangat efektif untuk menjaga kualitas ikan di pasaran, dan juga tidak mengandung unsur yang berbahaya bagi kesehatan. Akan tetapi tetap memiliki patokan waktu seberapa lama es tersebut dapat bertahan untuk mengawetkan ikan. Dalam kondisi tertentu, adakalanya ikan yang diawetkan dengan menggunakan es serut dapat membusuk apabila disimpan dalam jangka waktu yang lama. Kondisi inilah yang dimaksud oleh narasumber di atas yang harus dijual murah. Berikut hasil wawancara dengan salah seorang pembeli ikan di Pasar Senggol Parepare :

Kalau bagi saya, jujur itu penting. Kalau ikannya memang tidak segar harus dikatakan yang sebenarnya. Tapi kalau saya melihat penjual ikan itu di pasar bermacam-macam, ada memang yang tidak jujur dan adapula yang jujur. Tinggal kita sebagai pembeli harus teliti. Kan kalau matanya itu ikan merah berarti tidak segar. Kalau saya punya langganan itu selalu segar ikannya, dan juga tidak berbau utamanya ikan bandengnya, dan juga harganya terjangkau.⁹¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Nawir, kejujuran juga merupakan sikap yang sangat penting dalam bertransaksi jual beli ikan. Karena dirinya tidak dapat menjamin bahwa semua penjual ikan dapat bersikap jujur, maka ia lebih memilih untuk mencari langganan tetap tempat dimana ia selalu membeli ikan.

⁹¹Bapak Nawir, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

Alternatif yang demikian ini merupakan salah satu cara untuk meminimalisir pembeli dari tindakan penjual yang tidak memiliki etika dalam berbisnis. Dengan menetapkan satu langganan penjual ikan, maka dapat menjamin kualitas ikan dan harga yang ditawarkan kepada langganannya akan adil.

Tindakan penjual ikan di pasar sesuai yang dikemukakan di atas, pada dasarnya tidak dapat dijamin dalam hal kejujuran. Setiap penjual ikan memiliki motif dan tujuan yang berbeda-beda dalam berbisnis. Berdasarkan hasil pengamatan di Pasar Senggol Parepare, masih terdapat beberapa penjual ikan yang tidak jujur dalam memasarkan ikannya. Terdapat ketidakadilan dalam menyampaikan kondisi ikannya kepada pembeli. Di satu sisi, apabila memang kualitas ikannya baik, maka ia akan menyatakan kepada setiap pembeli, akan tetapi pada sisi yang lain apabila kualitas ikannya kurang baik yang ditandai dengan mata mulai merah ataupun kondisi daging yang mulai lembek, maka ia tidak menyatakan kepada pembeli dengan sikap yang rendah hati.

Islam membahas jual beli sebagai suatu tindakan yang harus memiliki landasan moral, hal ini dibahas dalam etika bisnis Islam. Pada kenyataannya di lapangan, tindakan sebagian penjual ikan yang enggan untuk bersikap jujur dalam transaksi jual beli merupakan salah satu indikasi bahwa ia tidak memiliki etika bisnis sebagaimana yang telah dicontohkan Rasulullah saw kepada setiap umatnya, khususnya dalam menjalankan transaksi jual beli. Bukti konkrit bahwa Rasulullah saw mengajarkan kejujuran dalam jual beli kepada umatnya ditegaskan dalam Hadis Musnad Ahmad bin Hanbal, Juz IV yakni sebagai berikut :

حَدَّثَنَا يَزِيدُ . حَدَّثَنَا الْمَسْعُودِيُّ عَنْ وَائِلِ أَبِي بَكْرٍ , عَنْ عَبَّائَةَ بْنِ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ , عَنْ جَدِّهِ رَافِعِ بْنِ خَدِيجٍ , قَالَ: قِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ, أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: "عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ"⁹²

Artinya :

Yazid menyampaikan kepada kami dari Mas'ud yang menceritakan dari Wail Abi Bakar, dari Ubayah bin Rifa'ah bin Rafi' bin Khadij, dari kakeknya Rafi' bin Khadij, berkata: bahwa Nabi Saw ditanya; "Apakah pekerjaan yang paling baik?." Beliau menjawab: "Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri (hasil jerih payah sendiri), dan setiap jual beli yang mabrur." (HR. Ahmad).

Hadis diatas secara eksplisit menunjukkan suatu penekanan terhadap proses jual beli, bahwa jual beli yang dilakukan oleh seseorang dengan tangannya sendiri secara mabrur merupakan pekerjaan yang baik. Mabrur di sini dipahami sebagai suatu perilaku yang patuh dan taat, tentunya patuh dan taat hanya kepada Allah swt dan Rasul-Nya.

Seorang penjual dengan kejujurannya dapat memperoleh kesenangan batin dari penjual. Bagi penjual, menerapkan prinsip etika bisnis Islam bukan hanya dapat memperoleh nilai manfaat ekonomi, seperti pencapaian penjualan yang maksimal sehingga berimplikasi pada omzet yang maksimal pula, akan tetapi akan memperoleh berkah atas rejeki yang diperolehnya. Di sisi lain, seorang yang tidak mengindahkan nilai-nilai etika dalam berbisnis akan sulit mendapatkan pelanggan disebabkan jaranganya pembeli yang mau menjadi langganan.

Situasi umum yang ditemukan di pasar adalah dimana penjual ikan kadang keliru dalam mengembalikan uang kepada pembeli, dimana penjual tersebut melebihkan uang kembalian pembeli. Pembeli yang jujur biasanya akan

⁹²Abu Abdillah, Musnad Ahmad bin Hanbal, Juz IV (Riyadh: Bait al-Afkar al-Dauliyyah, 1419 H/1998 M), h. 441.

mengembalikan kelebihan uang kepada penjual tersebut. Di sisi yang berbeda juga kadang ditemukan di pasar dimana pembeli melakukan tindakan pencurian terhadap ikan yang dijual di pasar ketika penjual tersebut lalai terhadap barang dagangannya. Biasanya pembeli yang demikian ini memanfaatkan keramaian dan menyelip masuk di tengah-tengah pembeli dan mengambil beberapa ikan di depan penjual. Sikap pembeli yang seperti ini tentu tidak diharapkan menurut syariat Islam, sebab merugikan pihak penjual.

Adakalanya setiap penjual ikan maupun pembeli ikan saling bersikap jujur dan amanah dalam melakukan transaksi jual beli, tujuannya agar manfaat duniawi dapat diraih disamping juga akan mendapatkan pahala di sisi Allah swt. Seorang penjual seyogyanya dapat mengimplementasikan nilai-nilai kejujuran dalam aktifitas jual belinya dengan memaparkan kepada konsumen tentang kondisi yang sebenarnya terhadap barang jualannya. Begitupun seorang pembeli juga harus bersikap jujur dan amanah terhadap penjual ikan, sehingga tercipta nilai yang saling memberikan manfaat kepada orang lain. Sebagaimana kejujuran tersebut merupakan cerminan dari hati seorang Muslim yang jernih. Bilamana kejujuran senantiasa bersenandung dalam keseharian dan aktifitas apapun itu, maka dapat menghantarkan seseorang pada capaian kebahagiaan dunia maupun akhirat kelak.

2. Tepat Menimbang dan Menghindari *Gharar*

Transaksi jual beli merupakan bagian dari bisnis yang dijalankan seseorang dengan motif yang berbeda-beda. Jual beli memiliki satu kesatuan dengan upaya pemasaran yang di dalamnya terdapat strategi untuk memasarkan barang dagangan agar cepat laku di tangan konsumen. Akan tetapi dalam Islam, terdapat nilai-nilai yang mengcover bentuk-bentuk strategi yang dijalankan tersebut. Islam tidak berarti

melarang adanya strategi dalam jual beli, akan tetapi strategi hanya bisa dilakukan untuk menjaga eksistensi dari produsen maupun penjual dan tidak membawa kemudharatan kepada konsumen. Terdapat berbagai macam bentuk strategi yang dilakukan oleh penjual di pasar dengan tujuan yang sama, yakni meningkatkan kapasitas dalam penjualan. Akan tetapi yang menjadi sorotan utama adalah bagaimana strategi tersebut agar memberikan nilai yang bermanfaat kepada pelaku dan tidak memberikan keburukan pada yang lainnya.

Apabila suatu tindakan yang dilakukan untuk memasarkan produk dengan tanpa mengindahkan kemaslahatan bagi pihak pembeli, maka tindakan tersebut dekat hubungannya dengan penipuan. Dalam Islam, penipuan disebut sebagai *gharar*, yang mana makna lain dari *gharar* adalah ketidakjelasan. Artinya bahwa terdapat ketidakjelasan terhadap kondisi barang yang dijual kepada pembeli sehingga pada akhirnya menimbulkan perasaan kecewa terhadap pembeli. *Gharar* memiliki kedudukan yang dilarang dan tercela dalam ekonomi Islam, sebagaimana Allah swt. berfirman dalam Q.S An-Nisaa : 9 yang artinya “Wahai orang-orang yang beriman, Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah swt. Maha Penyayang kepadamu.” serta beberapa Hadis yang melarang hal tersebut. Dalam ayat tersebut menyerukan kepada setiap orang yang mengaku beriman untuk tidak saling memakan harta sesama manusia dengan jalan yang tidak benar. Makna dari jalan yang tidak benar tersebut dapat dipahami sebagai tindakan-tindakan yang melenceng dari syariat Islam yang merugikan pihak-pihak yang lain, maka dalam hal ini yang termasuk di dalamnya adalah tindakan penipuan.

Apabila konteks hukum ini di bawa dalam transaksi jual beli ikan, maka merupakan keharaman bagi setiap penjual ikan untuk melakukan tindakan-tindakan penipuan yang berujung pada kemurkaan Allah swt. Akan tetapi, meskipun demikian, pada kenyataannya masih terdapat perilaku-perilaku penjual ikan yang merusak kepercayaan dari pihak pembeli atau bahkan mencederai perasaan pembeli ikan. Tindakan penipuan (*gharar*) oleh sebagian penjual ikan di pasar dilakukan dengan menjual ikan yang berkualitas buruk kepada konsumen dan tidak jujur mengenai takaran atau timbangannya.

Sesuai dengan uraian masalah pada latar belakang penelitian ini dimana permasalahan dalam jual beli ikan yang ditemukan di pasar pada umumnya adalah semacam pengganjal atau bantal yang diletakkan oleh penjual ikan tepat di bawah tumpukan ikan yang dijualnya. Seiring dengan berjalannya waktu, tindakan ini sangat lazim di temukan di pasar sehingga hampir menjadi sesuatu yang biasa-biasa saja. Akan tetapi, di sisi lain tetap masih terdapat pembeli yang merasa tertipu terhadap hal tersebut. berikut hasil wawancara dengan Ibu Lia sebagai konsumen di Pasar Senggol Parepare :

Saya pernah pak beli udang di Pasar Senggol, waktu itu suami saya mau sekali makan udang, tapi udang sangat mahal jadi saya beli dua puluh ribu saja. Dari jauh, saya kira udangnya banyak, tetapi ternyata memang sengaja dibuat tinggi udangnya di bawah karpet. Begitu saya deal dan dibungkus udangnya ternyata sangat sedikit. Saya sangat kecewa.⁹³

Sepintas tindakan beberapa penjual yang sengaja menyimpan bantal di bawah tumpukan ikan tersebut kelihatan wajar-wajar saja, akan tetapi bagi sebagian pembeli justru tindakan ini amat dekat dengan tindakan penipuan, karena ingin mengelabui pembeli dari segi kuantitas. Penulis dalam hal ini tidak berpihak kepada siapapun,

⁹³Ibu Lia, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

baik kepada pembeli, juga tidak kepada penjual, sebab tidak semua penjual melakukan hal yang demikian dan juga tidak semua pembeli kecewa terhadap hal itu. Bagi penulis, mungkin saja hal ini dimaksudkan sebagai suatu strategi untuk menarik minat calon pembeli. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Yunus, selaku penjual ikan di pasar :

Saya menjual ikan pak memang menggunakan bantal. Kenapa, karena saya menjual ikan laut seperti tembang, layang dan sebagainya itu kan harus disusun rapi, jadi supaya susunannya rapi saya beri bantal.⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas, bahwa salah satu strategi dalam menarik minat calon pembeli yang dilakukan oleh Daeng Sija adalah dengan menyusun ikan-ikan tersebut sebaik mungkin. Tindakan menyimpan bantal sebagai alas dari ikan tidak dimaksudkan sebagai motif untuk mengelabui calon pembeli, akan tetapi dimaksudkan agar susunan ikan tersebut rapi, agar mudah dihitung oleh konsumen. Namun, sebagaimana yang dijelaskan di awal, bahwa penggunaan bantal sebagai alas dari tumpukan ikan hanya sebagian saja yang melakukannya. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Kurnia :

Kalau saya itu menjual pak saya tidak pakai pengganjal. Ada memang biasanya orang menjual itu dibawah karpet atau bahkan dibawah ikan diberikan semacam gabus untuk mengganjal ikannya supaya kelihatan banyak.⁹⁵

Perilaku penjual ikan memiliki motif dan tujuan yang berbeda, memang terdapat sebagian penjual ikan dengan tujuan untuk menipu pembeli, namun juga terdapat sebagian penjual ikan dengan alasan yang berbeda, yakni sebagai berikut :

Sebenarnya kita menjual ikan itu dan menaruh gabus di bawahnya bukan untuk menipu. Kita hanya menggunakan strategi agar pembeli tertarik. Seandainya kita mau menipu, kita tidak akan biarkan pembeli memeriksa dan membongkar

⁹⁴Bapak Yunus, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

⁹⁵Bapak Kurnia, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

ikannya, tapi kita itu kan memberikan keleluasaan kepada konsumen kalau mau periksa ya silahkan.⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas, tindakan penjual ikan dengan memberikan bantal pada tumpukan ikan dimaksudkan hanya sebagai strategi penjual agar ikan tersebut terlihat banyak sehingga menarik calon pembeli. Dalam kondisi yang berbeda, justru pihak pembeli mempersepsikan tindakan yang demikian itu sebagai penipuan. Terlebih lagi bagi sebagian penjual ikan yang menyatakan kualitas ikannya terhadap pembeli, akan tetapi tidak sesuai dengan yang sebenarnya.

Kalau saya ditipu ikhlaskan saja, mungkin mereka lebih butuh daripada saya. Saya lebih memilih menyerahkan urusan saya kepada Allah swt, biarkan Allah saja yang membalas saya dan juga membalas mereka. Kita tidak boleh menghakimi siapapun, sebagai sesama manusia kita harus saling memaafkan.⁹⁷

Strategi penjual ikan yakni dengan membuat ikan terlihat banyak, ataupun dengan menampilkan kesegaran ikan dianggap oleh sebagian pembeli sebagai tindakan penipuan, maka semestinya strategi tersebut sudah tidak digunakan lagi. Sebab pembeli yang menganggap hal tersebut sebagai tindakan penipuan secara rasional justru tidak akan membeli ikan tersebut. Alih-alih sebagai strategi untuk memperbaiki penataan susunan ikan, justru dianggap sebagai penipuan. Strategi penjualan yang baik sebenarnya adalah menjaga kualitas dari barang yang dijual. Sebagai penjual ikan, maka dapat dilakukan dengan menjaga kualitas ikan melalui tahapan pengawetan yang baik dan benar tanpa menimbulkan efek terhadap kesehatan.

Tindakan penjual ikan yang menyimpan suatu benda di bawah tumpukan ikan merupakan tindakan yang dianggap oleh sebagian pembeli ikan sebagai tindakan

⁹⁶Bapak Irwanda, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

⁹⁷Ibu Suhartini, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

yang merugikan pembeli. Dalam kajian etika bisnis Islam, apabila terdapat tindakan-tindakan dalam suatu transaksi yang tidak memberikan kepastian kepada suatu pihak sehingga menimbulkan kerancuan yang pada akhirnya berimplikasi pada kerugian yang ditimbulkan oleh pihak lainnya maka hal ini dipahami sebagai tindakan *gharar*. Tindakan penjual ikan yang menyimpan pengganjal di bawah tumpukan ikan dan tidak diketahui oleh pembeli ikan, sehingga timbul kerancuan terhadap kuantitas ikan, maka tindakan tersebut mengandung unsur *gharar* dan tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Rasulullah saw.

3. Tidak Melakukan Penimbunan

Di Pasar Senggol Parepare jumlah stok ikan sangat bergantung dari stok ikan yang didatangkan dari luar daerah. Kelangkaan stok ikan di Parepare tidak mutlak mengindikasikan adanya tindakan penimbunan barang, akan tetapi banyak faktor yang dapat mempengaruhinya. Penimbunan merupakan tindakan penjual ikan yang sengaja menahan barang jualannya untuk waktu tertentu dengan tujuan agar barang tersebut menjadi langka di pasaran sehingga harganya dapat naik, dalam situasi inilah baru penjual tersebut menjual barangnya. Penjual dengan sengaja membeli barang dengan stok yang banyak, lalu menahannya sampai barang tersebut di cari oleh konsumen. Dalam Islam, tindakan penimbunan disebut sebagai *ikhthikhar*, tindakan ini dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Penimbunan barang adalah tindakan tercela yang dapat merusak sistem harga pasar yang berlaku.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di lokasi penelitian, diamati tidak ada tindakan penimbunan ikan yang terjadi di Pasar Senggol Parepare, dengan asumsi bahwa selama harga pasar dari ikan tersebut masih dalam skala yang wajar dan perubahan naik turunnya harga ikan di pasar yang masih lamban, serta ketersediaan

stok ikan yang masih selalu ada, maka bisa dikatakan bahwa tidak ada tindakan penimbunan yang terjadi. Berikut alasan beberapa penjual ikan mengapa tidak melakukan penimbunan ikan :

Saya tidak pernah menimbun ikan pak, jangan sampai kita niatnya mau untung banyak ternyata malah rugi. Kita membeli ikan dari luar daerah banyak dan kalau tidak laku, kita mau apakan, sedangkan ikan itu kan tidak lama disimpan sudah membusuk. Kalau sudah busuk mau tidak mau kita pasarkan murah saja.⁹⁸

Lebih lanjut menurut Bapak Ipuaq sebagai berikut :

Kalau menimbun kita tidak pernah melakukan itu. Justru yang kita lakukan itu bagaimana agar ikannya cepat laku, makanya biasa di kasi turun harganya, kita jual murah-murah saja supaya orang mau membeli.⁹⁹

Menurut narasumber di atas, bahwa tindakan penimbunan ikan justru dapat membuat penjual ikan mengalami kerugian finansial. Pasalnya, tidak semua ikan yang disediakan di pasar akan laku, apalagi dengan harga jual yang tinggi justru akan membuat ikan semakin tidak diminati oleh pembeli. Tindakan penimbunan ikan tidak menguntungkan bagi penjual ikan, justru menurut beberapa penjual ikan mereka berusaha membuat ikan jualannya cepat laku di pasar, untuk menghindari daging ikan tersebut membusuk. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Yunus :

Justru kalau bisa, begitu saya ada ikan, saat itu juga harus laku. Kenapa, karena kapan tinggal lama maka akan beresiko. Kalau ikan matanya sudah merah, itu sangat susah di kasi laku. Bisa laku, tapi mungkin akan dijual murah dan pasti rugi kalau seperti itu kan, jadi saya lebih memilih begitu ada ikan, saya jual langsung.¹⁰⁰

Penimbunan ikan di pasar membutuhkan modal yang besar, sehingga hanya pemodal besar yang mampu melakukan penimbunan. Berikut hasil wawancara dengan penjual ikan di Pasar Senggol Parepare :

⁹⁸Bapak Kurnia, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

⁹⁹Bapak Ipuaq, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 28 Juni 2021.

¹⁰⁰Bapak Yunus, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

Tidak pernah. Menimbun ikan hanya bisa dilakukan kalau pemodal besar yang punya pelemparan banyak. Kalau saya di sini hanya pedagang yang kecil-kecil saja, jadi saya ambil ikan, saya jual lalu saya bayar ke yang punya ikan.¹⁰¹

Penimbunan erat kaitannya dengan tingkat harga yang ada di pasaran. Sebab, spekulasi penimbunan barang dilakukan dengan tujuan untuk menaikkan harga barang tersebut. penimbunan juga dilakukan hanya terhadap barang-barang kebutuhan pokok masyarakat, yang mana tidak terdapat barang substitusi (pengganti) terhadap barang tersebut, misalnya beras, gula, dan kebutuhan pokok lainnya, artinya apabila ikan disembunyikan di pasaran, maka tidak mutlak langsung menaikkan harganya, oleh sebab masih terdapat banyak sekali kebutuhan pengganti lainnya seperti ayam, daging sapi, udang, sayur dan sebagainya.

Faktor yang kedua yang menjadi alasan mengapa ikan tidak dapat ditahan atau ditimbun adalah daging ikan tidak memiliki ketahanan yang cukup baik, hanya beberapa hari saja daging sudah mulai membusuk, kecuali dengan tindakan kecurangan seperti formalin, namun sudah sangat jarang dilakukan. Menimbun ikan dan memasarkannya kembali, dimana kualitas daging sudah mulai berkurang justru akan membuat harga ikan tersebut berkurang.

Secara rasional, penimbunan ikan di pasar justru dapat memicu timbulnya kerugian. Selain kerugian duniawi, penimbunan juga dapat membuat pelaku mendapatkan kerugian ukhrawi berupa dosa. Sebab Islam hanya menghendaki pendistribusian barang dilakukan dengan sesegera mungkin agar dapat dinikmati oleh semua orang. Dalam sistem ekonomi Islam, segala jenis barang dan harta apapun itu ia merupakan kepemilikan sosial, bukan merupakan kepemilikan individu, dan ia harus memiliki konsep *flow* atau mengalir, bukan mengendap, sehingga sebagai

¹⁰¹Bapak Nawir, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

perwujudan dari itu, maka barang haruslah didistribusikan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi orang banyak (sosial).

4. Saling Menguntungkan

Transaksi jual beli melibatkan dua pihak, yakni penjual dan pembeli. Penjual ikan di sini adalah penyedia ikan atau disebut juga sebagai pemasar, sedangkan pembeli ikan disini adalah konsumen dari ikan itu sendiri. Dalam transaksi yang dilakukan, terdapat unsur kerjasama antara pembeli dan penjual, dimana seorang penjual menyediakan ikan dan seorang pembeli sebagai konsumen dan keduanya saling terikat oleh hubungan yang saling membutuhkan, seorang penjual membutuhkan konsumen, pun sebaliknya seorang konsumen membutuhkan penjual, sehingga dapat dipahami bahwa transaksi jual beli mengandung unsur kerjasama (*syirkah*). Berikut hasil wawancara dengan Zulfajids selaku konsumen ikan di Pasar Senggol Parepare :

Saya itu kalau memang saya suka ikan yang dijual di pasar, tidak menawar lagi. Bagi saya, kualitas itu nomor satu, jadi pasti juga mahal. Utamanya ikan kerapu itu kan mahal karena memang kualitas dagingnya juga bagus.¹⁰²

Berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli ikan di atas, bahwa ia tidak melakukan tawar-menawar terhadap harga ikan apabila memang ikan tersebut layak dan memiliki kualitas daging yang enak dan segar. Konsumen yang demikian ini telah memahami hakikat saling menguntungkan, disamping ia merasa diuntungkan dengan kualitas ikan yang dibelinya, ia juga secara langsung memberikan keuntungan bagi penjual ikan tersebut berupa keuntungan dari pembeliannya. Motif dan persepsi antara penjual dan pembeli ikan sangat menentukan apakah kemudian transaksi jual beli yang dilakukan akan berimplikasi pada keuntungan kedua belah pihak atau tidak.

¹⁰²Bapak Zulfajids, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

Apabila seorang konsumen maupun penjual ikan tidak memahami kebutuhan masing-masing pihak, maka kecenderungan untuk saling menguntungkan sudah tidak ada lagi. Namun hal ini tentunya bermula dari perilaku penjual ikan, apabila penjual ikan mampu menjaga kepercayaan konsumen secara komprehensif, maka konsumen pun akan senantiasa percaya terhadap penjual ikan tersebut. Lebih lanjut berikut hasil wawancara dengan konsumen ikan di Pasar Senggol Parepare :

Kalau saya punya langganan itu selalu segar ikannya, dan juga tidak berbau utamanya ikan bandengnya, dan juga harganya terjangkau.¹⁰³

Berlangganan dengan seorang penjual ikan adalah perwujudan atas kepercayaan pembeli kepada penjual. Tentunya, sebelum berlangganan, pembeli tersebut telah memperoleh keuntungan dari transaksi yang dilakukan, sehingga bentuk apresiasi seorang pembeli adalah menjadikan penjual tersebut sebagai langganan. Inilah bentuk kerjasama dalam jual beli yang diharapkan, bagi penjual semakin banyak langganan, maka semakin baik pula nilai penjualan yang dapat diperoleh :

Saling menguntungkan itu seperti halnya kalau kita jual beli ikan, penjualnya untung, pembelinya juga untung. Kita itu penjual ikan, kalau memang jujur, pasti mengutamakan kualitas dan harganya juga murah-murah karena di pikiran kita, kalau pembeli komplain atau bicara sama pembeli lain pasti mereka akan lari dari kita. Jadi sebisa mungkin kita itu betul-betul menjual ikan yang sesuai apa adanya, dan tidak boleh terlalu banyak diuntung.¹⁰⁴

Sejalan yang disampaikan oleh narasumber di atas, bahwa menjual ikan tidak mesti didasari oleh pencarian keuntungan maksimal semata, dan mengesampingkan aspek-aspek penting lainnya. Seorang penjual harus didasari dengan niat yang baik,

¹⁰³Ibu Suhartini, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

¹⁰⁴Bapak Kurnia, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

sebab berdagang merupakan kegiatan yang mulia yang dapat memperoleh keuntungan duniawi maupun keberkahan akhirat.

Dalam jual beli, unsur yang paling penting adalah saling menguntungkan. Saling menguntungkan merupakan kondisi dimana kedua belah pihak yang bertransaksi dengan baik sesuai dengan kesepakatan sehingga meniadakan potensi kecurangan yang dapat membuat salah satu pihak merasa dirugikan secara finansial. Saling menguntungkan yang merupakan implikasi dari kerjasama dalam Islam sangat dianjurkan, sebagaimana Rasulullah saw. bersabda sebagai berikut :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ اللَّهُ أَنَا ثَالِثُ الشَّرَكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا (رَوَاهُ أَبُو دَاوُدَ وَصَحَّحَهُ
الْحَاكِمُ) ³⁴

Artinya :

“Dari Abu Hurairah r.a. bahwa Rasulullah Saw. bersabda: “Allah berfirman (dalam hadis Qudsi), ‘Aku menjadi yang ketiga (memberkahi) dari dua orang yang melakukan kerja sama, selama salah satu dari mereka tidak berkhianat kepada mitranya itu. Jika ada yang berkhianat, Aku keluar dari kerja sama itu.’” (HR. Abu Dawud dan dinilai sahih oleh Hakim).

Hadis di atas secara eksplisit menyebutkan keikutsertaan Allah swt dalam terhadap transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Keikutsertaan Allah swt tersebut tentu merupakan manifestasi dari keridhohan-Nya terhadap suatu transaksi yang melibatkan dua pihak. Tentu, hal ini dapat dipahami bahwa transaksi jual beli yang melibatkan dua pihak dalam prosesnya merupakan pekerjaan yang mulia serta dekat dengan keridhohan Allah swt, maka dalam hal ini transaksi yang dilakukan hendaknya dilakukan dengan baik dan menghindari perpecahan.

¹⁰⁵Imam al-Hafidh Ibn Hajar al-Asqalaniy, *Bulughul Maram min Adillatil Ahkam*, (Jawa Tengah : Maktabah Raja Murah Pekalongan, t.th), h. 181.

Tujuan utama bisnis dalam tinjauan Islam adalah mencapai *falah* secara merata. Islam menghendaki setiap aktifitas untuk mencapai kesejahteraan hidup pribadi di dunia dan sekaligus meraih kesejahteraan bersama melalui pendistribusian *masalah* kepada lingkungan sosial, sebagai perwujudannya maka dalam bisnis dikehendaki agar bisnis dalam bentuk apapun itu harus saling menguntungkan satu sama lain. Muslim yang sebenarnya adalah mereka yang tidak mengabaikan unsur duniawi lebih-lebih unsur akhirat, serta tidak menjadikan duniawi sebagai tujuan hidupnya, sehingga apabila pandangan ini terimplementasi dan lingkup bisnis, maka Muslim yang demikian ini akan menjalankan bisnis dan mengejar harta kekayaan dengan tujuan untuk meraih keridhoan Allah swt yakni dengan menjadikan kekayaannya tersebut sebagai media antara untuk meraih tujuan tersebut.

5. Suka Rela dalam Jual Beli Ikan

Jual beli mempertemukan dua pihak yang menjalankan transaksi, dan tentunya dengan dua karakter dan motif ekonomi yang berbeda. Telah disebutkan di atas, bahwa pada dasarnya konsumen yang rasional akan mendepankan kualitas/manfaat di atas dari *brand* ataupun harga yang mahal, atau dengan kata lain bahwa konsumen lebih cenderung menginginkan kualitas dengan harga yang murah. Di sisi lain terdapat pihak penjual yang menginginkan hal sebaliknya, seorang penjual yang rasional tentu menginginkan margin keuntungan yang besar dengan menaikkan harga jual dari barangnya dan menghendaki harga barang diperolehnya dari *supliyer* yang rendah.

Perbedaan motif dan tujuan antara penjual dan pembeli acapkali memunculkan suatu permasalahan dimana setiap pihak akan bertahan pada tujuan tersebut sehingga akan membuat akibat transaksi tersebut jauh dari unsur suka rela

kedua pihak. Artinya, apabila dalam transaksi jual beli ikan yang terjadi di pasar, yang mana seorang penjual menaikkan harga dengan tujuan memperoleh margin keuntungan yang maksimal, maka di sisi penjual akan merasa dirugikan, begitupun sebaliknya. Seorang pembeli yang menawar harga ikan dengan harga dibawah harga pokoknya sehingga apabila transaksi tersebut berakhir pada kesepakatan, maka pembeli akan diuntungkan sedangkan di sisi yang berbeda penjual ikan akan mendapatkan kerugian. Namun meskipun diantara tujuan ini memiliki kontradiktif, bukan berarti unsur suka rela dalam jual beli tidak dapat dicapai, kita dapat mengambil titik tengah sebagai jalan untuk mencapai kesukarelaan. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Irwanda sebagai penjual ikan di Pasar Senggol Parepare :

Kalau ada pembeli menawar dengan harga yang rendah itu wajar, dalam jual beli memang harus ada tawar menawar supaya pembeli merasa puas dan rela. Kita kan penjual ikan sudah menetapkan harga diatas dari harga belinya itu ikan dari pemasok, tapi biasanya ada pembeli yang menawar dengan harga yang lebih rendah dari modalnya ikan, selama itu tidak terlalu murah yah kita kasih saja kan tidak semuanya juga begitu, jadi ada tarik menarik. Pembeli lain dikasih mahal, dan ada juga yang dikasih murah.¹⁰⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dipahami bahwa sebagian penjual ikan yang sudah berpengalaman akan menganggap bahwa tawar menawar dalam jual beli pasti selalu ada, dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan bersama maka keduanya harus saling merelakan dan mengikhhlaskan. Lebih lanjut menurut narasumber lainnya, menyatakan sebagai berikut :

Pembeli biasanya memang menawar apalagi kalau ikannya sudah tinggal berhari-hari, beda juga kalau kualitasnya memang bagus ikannya pasti tidak di tawar juga sama pembeli. Kita juga penjual kalau ada pembeli yang begitu, kita lihat dulu ikan yang kita jual itu, kalau memang sudah bermalam biasa dikasih saja murah daripada tidak laku. Yang salah itu kalau penjual ikan menawarkan ikan yang

¹⁰⁶Bapak Irwanda, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

busuk baru harganya mahal. Masalah ikhlas yah kita pasti ikhlas karena memang bisnis itu ada resikonya pak.¹⁰⁷

Bagi pembeli, kualitas dan harga sangat erat kaitannya dengan implikasi berupa kesukarelaan, apabila sebaliknya dimana kualitas daging ikan yang didapatkan kurang baik dengan harga yang mahal, maka kesukarelaan akan sulit tercapai, maka terhadap pembeli, seorang penjual ikan harus menyesuaikan harga dengan kualitas ikan yang ditawarkannya kepada pembeli. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Lia selaku pembeli ikan di Pasar Senggol Parepare :

Itu rela kalau memang disukai ikannya. Tapi kalau tidak disukai ikannya pasti tidak rela kita membelinya. Dan kalau memang pembeli itu suka betul dengan ikan di pasar meskipun harganya mahal pasti dia rela membelinya. Jadi intinya rela itu suka dulu.¹⁰⁸

Suka rela adalah perasaan seseorang yang menyukai sesuatu tertentu sehingga dengan perasaan tersebut ia terdorong dengan sendirinya untuk melakukan perbuatan tertentu. Dalam jual beli, apabila seorang pembeli telah menyukai ikan tertentu dengan harga yang dapat dijangkau maka dengan sendirinya kerelaan akan muncul untuk membeli barang tersebut.

Kesukarelaan dalam jual beli adalah hal yang mutlak harus dihadirkan, dimana penjual dan pembeli harus ikhlas secara bersama. Sehingga untuk mencapai kesukarelaan dalam praktik jual beli ikan, maka setiap penjual ikan harus menjamin kepuasan dari pembelinya dari segi kualitas dan harga yang terjangkau dan tentunya dengan harga tersebut, maka penjual telah mendapatkan keuntungan meskipun hanya sedikit. Penjual ikan pun harus memahami bahwa tujuan jual beli dalam Islam bukan hanya meraih keuntungan akan tetapi keberkahan dari rezeki yang diperolehnya.

¹⁰⁷Bapak Kurnia, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

¹⁰⁸Ibu Lia, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Mei 2021.

Begitupun dengan pembeli, seorang pembeli harus menjamin bahwa penjual tersebut tetap memiliki keuntungan dari harga beli yang dimintanya dengan tetap memastikan bahwa ia dapat menjangkau harga tersebut berdasarkan kondisi keuangannya. Akan tetapi seorang pembeli yang memiliki tingkat perekonomian yang tinggi, maka selayaknya ia tidak meminta harga beli yang jauh di bawah dari harga pasar, sebab dapat mencederai pihak penjual, justru ia harus menunjukkan kedermawanannya dengan membeli ikan tanpa meminta pengurangan harga. Secara implisit, dapat dipahami bahwa sikap saling memahami antara produsen dan konsumen, penjual dan pembeli, akan menghantarkan transaksi jual beli yang dilakukan oleh pihak-pihak tersebut pada tujuan berupa kesepakatan bersama tanpa mencederai sehingga berimplikasi pada kesukarelaan.

6. Barang yang Suci dan Halal

Salah satu rukun dalam jual beli adalah adanya barang yang diperjualbelikan. Dalam Islam, barang yang menjadi objek jual beli harus terjamin dari dua unsur pokok yang menyertainya, yakni unsur suci dan halal. Barang yang suci sudah tentu halal, akan tetapi barang yang halal belum tentu suci. Ikan adalah barang yang halal diperjualbelikan, akan tetapi belum tentu suci. Ikan yang terkontaminasi dengan daging yang diharamkan berarti ikan tersebut tidaklah suci, meskipun pada dasarnya ikan halal akan tetapi tidak suci, maka tetap akan dilarang dalam Islam. Apabila ikan yang diperjualbelikan dalam pasar telah terjamin kehalalannya, maka terjamin pula kesuciannya. Oleh karenanya, yang menjadi titik penting dalam hal ini adalah menjaga kehalalan barang jualan, sebab juga akan menjamin kesuciannya. Berikut hasil wawancara dengan penjual ikan di Pasar Senggol Parepare :

Cara saya agar ikan saya tetap terjaga kehalalannya yakni saya tidak memelihara anjing dirumah. Kalau orang memelihara anjing di rumahnya, bisa saja bekas minumannya itu anjing yang dipakai mencuci ikan, dan itu kan ada najisnya.¹⁰⁹

Seorang penjual yang memelihara hewan haram tidak akan dapat menjamin halalnya barang yang dijualnya. Bukan hal yang tidak mungkin bercampurnya wadah makanan dari hewan tersebut dengan wadah yang digunakan untuk barang-barang jualan, termasuk ikan. Ikan adalah barang konsumtif, sehingga jaminan kehalalannya bukanlah merupakan hal yang opsional, akan tetapi wajib. Bagi setiap pembeli, harus dapat memastikan kesucian dan kehalalan ikan yang dibeli di pasar untuk menjamin bahwa segala hal yang dikonsumsi adalah halal dan dibenarkan dalam syariat Islam.

Saya bisa jamin kalau halalnya ini ikan ku. Ikan itu, selama dijual dan tidak busuk atau jadi bangkai berarti ikan itu halal. Kecuali kalau kita jual ikan busuk meskipun mungkin halal tapi tidak baik karena merusak pembeli.¹¹⁰

Setiap barang yang tidak dapat dibuktikan secara *syara'* bahwa barang tersebut najis, maka barang tersebut dapat dikatakan suci. Dalam arti yang lain bahwa semua barang pada dasarnya suci lagi halal hingga terdapat dalil yang menyatakan keharamannya. Ikan pada dasarnya adalah barang yang suci, baik itu ikan yang berasal dari air tawar maupun air asin. Akan tetapi terdapat beberapa kondisi dimana ikan dapat menjadi haram apabila ikan tersebut mengandung unsur yang dapat merusak kesehatan konsumen, misalnya ikan yang berformalin.

Biasanya itu, ada ikan tertentu yang berbau. Kalau saya ditipu pasti saya tidak akan membeli ikan ditempatnya. Kita kan sebagai pembeli kadang tidak bisa membedakan karena ikannya belum di makan. Tapi begitu sampai di rumah, dimakan sama anak-anak ternyata tidak enak karena bau.¹¹¹

¹⁰⁹Bapak Yunus, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

¹¹⁰Bapak Kurnia, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

¹¹¹Ibu Lia, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Mei 2021.

Bau yang terkandung dalam daging ikan, khususnya ikan bandeng dapat mempengaruhi kualitas rasa dari daging ikan tersebut. berdasarkan hasil observasi dengan beberapa petani tambak, hal tersebut terjadi disebabkan oleh warna air dalam tambak yang keruh dan hijau. Warna tersebut disebabkan oleh pakan ikan yang diberikan kepada ikan tersebut. Sehingga apabila ingin memanen ikannya, harus menunggu beberapa hari hingga efek dari pakan tersebut sudah hilang.

Kualitas ikan yang berbau tidak mengurangi kesucian dan kehalalan ikan tersebut. ikan yang tidak suci sehingga haram untuk dikonsumsi adalah beberapa ikan yang dapat berdampak buruk bagi kesehatan manusia, baik itu ikan yang mengandung racun yang buruk bagi manusia maupun ikan yang sengaja diberikan pengawet untuk mempertahankan kualitas ikan tersebut.

Jual beli ikan dalam Islam harus dilakukan dengan baik sesuai dengan etika bisnis yang dijalankan oleh Rasulullah saw. Kesucian dan kehalalan ikan yang dipasarkan wajib dipastikan oleh penjual, sebab apabila unsur tersebut terabaikan, maka jaminan atas hukum Islam terhadap ikan tersebut tidak ada. Konsekuensinya, bagi pembeli ikan tidak mengetahui hal tersebut dapat dirugikan dari segi kesehatan, dan Islam sangat melarang adanya suatu transaksi yang dapat menimbulkan *kemudharatan* bagi sesama manusia.

7. Tidak Menjelekkkan Bisnis Orang Lain

Berbisnis adalah suatu pekerjaan yang banyak dilakukan oleh seseorang dalam upaya memenuhi kebutuhan hidupnya. Sebab bisnis adalah upaya untuk memperoleh keuntungan, maka dalam berbisnis selalu terdapat kompetisi atau persaingan. Dalam Islam, persaingan adalah sesuatu yang lumrah dan tidak diharamkan, akan tetapi terdapat nilai-nilai yang pokok yang harus menjadi landasan.

Bilamana persaingan itu dapat memberikan manfaat bagi kedua pihak yang berkompetisi, yakni membangkitkan gairah usahanya, mahal persaingan dalam hal ini tentu saja dibolehkan sebab membawa dampak *maslahah*. Namun, apabila persaingan justru membawa kedua belah pihak untuk saling menjatuhkan pihak lainnya dengan menjelekkan orang lain sehingga membawa dampak kemudharatan, maka tentu saja persaingan yang demikian tidak dibenarkan dalam Islam.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, dalam jual beli maupun bentuk bisnis lainnya, perilaku yang sangat lazim ditemukan adalah adanya persaingan yang tidak sehat yang dapat dilihat dari indikasi dimana setiap penjual saling menjelekkan bisnis orang lain. Perilaku penjual yang kadang ditemukan di Pasar Senggol Parepare adalah dengan mengangkat citra barang dagangannya dan menjatuhkan barang dagangan kompetitornya (sesama penjual ikan).

Penjual ikan yang demikian ini acap kali ditemukan dengan menyampaikan kepada konsumen bahwa barang dagangannya masih segar, sementara barang dagangan yang lain sudah tidak segar lagi, tujuannya agar konsumen tersebut berpaling kepadanya dan membeli barang dagangannya. Namun tentunya hal ini tidak berlaku bagi setiap penjual ikan, hanya kalangan tertentu saja. Sebagaimana hasil wawancara yang disampaikan oleh Bapak Razak selaku penjual ikan di Pasar Senggol Parepare :

Jual beli itu memang banyak penjual, tapi bukan berarti kita harus bersaing dengan buruk. Persaingan harus tetap sehat. Saya itu kalau menjual hanya berupaya agar ikan saya laku, saya tidak mengurus jualannya orang lain.¹¹²

Berdasarkan hasil wawancara di atas, seorang penjual ikan menyatakan bahwa persaingan dalam jual beli tidak selamanya harus dilakukan dengan cara yang tidak

¹¹²Bapak Razak, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 5 Mei 2021.

benar. Bersaingan dalam pasar artinya berkompetisi dalam menjual ikan agar ikan cepat laku di pasaran. Bersaing dalam jual beli dapat dilakukan dengan tidak menjelekkkan bisnis orang lain, justru sebaliknya seorang penjual dapat mengangkat citra barang dagang penjual lainnya. Dengan begitu, persaingan yang sehat dapat terjalin.

Persaingan dalam jual beli mutlak adanya, namun persaingan tentu memiliki dua kategori, kategori pertama adalah persaingan yang sehat, dimana terdapat beberapa penjual dalam suatu pasar yang saling berkompetisi menjual barangnya tanpa menjatuhkan barang dagangan pesaingnya. Bersaing dengan sehat adalah berusaha menampilkan keunggulan barang dagangan dengan memaksimalkan kualitas barang agar penjualan mendominasi dari yang lainnya. Sedangkan kategori kedua adalah persaingan tidak sehat, dimana terdapat penjual dalam suatu pasar yang saling berkompetisi untuk meraih penjualan yang baik dengan berusaha menjatuhkan pesaing lainnya. Bersaing dengan cara yang tidak sehat merupakan sikap yang tidak dibenarkan dalam Islam, sebab sangat dengan kecurangan, sebagaimana Islam pada hakikatnya menghendaki suatu usaha bisnis yang dilakukan tanpa ada kecurangan.

Keberkahan jual beli hanya dapat diperoleh dengan tindakan-tindakan yang sesuai dengan ajaran berbisnis dalam Islam. Tujuan utama dalam transaksi jual beli menurut pandangan etika bisnis Islam adalah untuk memperoleh keberkahan atas keuntungan yang diperoleh penjual. Keberkahan merupakan unsur yang penting, sebab hanya melalui keberkahan rejeki yang mampu menghantarkan manusia pada kebahagiaan di dunia maupun di hari kemudian.

BAB V

PENUTUP

A. *Simpulan*

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka ditarik benang merah sebagai berikut :

1. Perilaku dalam jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare bervariasi, untuk penjual ikan di pasar perilakunya sangat beragam, hal ini tergantung dari motif dan tujuan jual beli ikan yang dilakukan. Bagi penjual yang memiliki motif untuk keuntungan maksimal, cenderung akan melakukan segala upaya untuk membuat barang dagangannya laku di pasar. Akan tetapi penjual yang didasari oleh motif sosial akan cenderung melakukan upaya untuk menjual barang dagangannya dengan baik dan tetap memberikan pelayanan yang tepat kepada konsumennya. Adapun perilaku pembeli ikan di Pasar Senggol Parepare pada umumnya terdapat pembeli yang suka menawar, dan pembeli yang cenderung memilih ikan berdasarkan kualitasnya, di sisi lain juga terdapat pembeli ikan yang lebih memilih mencari langganan penjual ikan.
2. Mekanisme jual beli ikan di Pasar Senggol Kota Parepare yang terdiri dari harga, permintaan dan penawaran terbentuk secara alamiah berdasarkan kebutuhan pokok manusia. Berdasarkan konsepnya, tinggi rendahnya harga yang ditawarkan sangat bergantung pada kuantitas ikan yang tersedia di pasar. Akan tetapi, dalam waktu-waktu tertentu harga ditentukan oleh tingkat kebutuhan konsumen terhadap barang tersebut.
3. Berdasarkan analisis etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli ikan di Pasar Senggol Parepare disimpulkan bahwa etika bisnis Rasulullah sebagian telah
4. dijalankan oleh penjual ikan di pasar, seperti nilai kejujuran dan amanah, tidak melakukan penimbunan, suka rela, dan barang yang suci dan halal, akan tetapi pada sebagian penjual ikan lainnya masih ditemukan perilaku yang menyimpang dari etika bisnis Islam seperti

menjual ikan yang berbau, kualitas ikan yang kurang sehat, dan menyimpan penganjal di bawah tumpukan ikan.

B. *Saran*

1. Seorang penjual ikan harus menunjukkan perilaku yang baik dalam berbisnis. Sebab, objek yang ia jual merupakan kebutuhan konsumtif pokok untuk menjaga kelangsungan hidup konsumennya dan berhubungan langsung dengan kesehatan konsumen. Oleh karena itu, setiap penjual ikan harus memastikan kredibilitasnya dalam menjual barang dagangannya yang diwujudkan dalam penjualan ikan yang terjaga kualitas daging dan rasanya.
2. Seorang konsumen harus memahami rantai distribusi dari ikan tersebut, sehingga harga bukan menjadi pertentangan yang dipersoalkan dengan pihak penjual ikan.
3. Antara penjual dan pembeli harus saling memahami dan menunjukkan perilaku yang baik sehingga tercipta keuntungan bagi pihak penjual dan kemaslahatan bagi pihak pembeli, keduanya harus saling bersinergi.
4. Adakalanya setiap penjual ikan maupun pembeli ikan bersikap jujur dan amanah dalam melakukan transaksi jual beli, tujuannya agar manfaat duniawi dapat diraih disamping juga akan mendapatkan pahala di sisi Allah swt.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Kariim

- Abdul Aziz, Achmad Dasuki Aly dan Nila Afifah. 2017. Mekanisme Pasar Produk Usaha Kreatif Home Industri di Desa Bodelor dalam Teori Ibn Khaldun, (Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam, Vol. 2, No. 2, Desember.
- Abu Abdillah, Musnad Ahmad bin Hanbal, Juz IV. Riyadh: Bait al-Afkar al-Dauliyyah, 1419 H/1998 M.
- Amin, Muhammad Suma. 2018. *Tafsir Ayat Ekonomi*. Jakarta : AMZAH.
- Anang, M. Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: Deepublish,
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan,. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Ansari, Dedy Harahap, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (PAJUS) Medan, Jurnal Keuangan dan Bisnis Vol. 7, No. 3, November 2015.
- Aravik, Havis dan Fakhry Zamzam. 2020. *Filsafat Ekonomi Islam, Ikhtiar Memahami Nilai Esensial Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Arbain Nawawi, *Karya Imam Nawawi*, Hadis ke-6 tentang Halal, Haram, dan Syubhat.
- Arifin, Adriansyah. 2018. Pandangan Ekonomi Islam Tentang Jual Beli Plat Nomor Kendaraan Bermotor di Kota Makassar. Skripsi Mahasiswa Jurusan ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Azwar, Adiwarmar Karim. 2006. *Bank Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Badroen, Faisal dan Arief Mufraeni. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 1989. *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Gema Insani Press.
- Dinah, Nur Fauziah dkk. 2019. *Etika Bisnis Syariah*. Cet. II; Malang: Literasi Nusantara.
- Endang, Aselina Trihastuty. 2020. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublisher.
- Hafidhuddin, Didin dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Syariah dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hariani. 2018. Konsep Etika Bisnis Menurut Ekonomi Islam dan Ekonomi Kapitalis (Analisis Perbandingan). Skripsi Sarjana, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Parepare,
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

- Ibnu Ismail, Pengertian Transaksi: Sistem, pelaku, Jenis dan Bukti Transaksi, *Artikel Accuarte*, November 11th, 2020, https://accurate.id/akuntansi/pengertian-transaksi/#Jenis-Jenis_Transaksi_Ekonomi, diakses pada 1 Juli 2021
- Imam al-Hafidh Ibn Hajar al-Asqalaniy, *Bulughul Maram min Adillatil Ahkam*. Jawa Tengah : Maktabah Raja Murah Pekalongan, t.th.
- Isam, Rafik Beekum. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*, edisi I. Cet. I; Jakarta: Kencana.
- Karim, Adiwarmanto A. 2003. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta : IIT Indonesia, 2003
- Marliani, Roslenny *Psikologi Industri Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Marliani, Roslenny. 2015. *Psikologi Industri Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Muhammad, Abdillah bin Yasid Al-Qazwini. *Sunan Ibnu Majah*. Beirut: Darul Al-Fikr.
- Muklis dan Didi Suardi. 2020. *Pengantar Ekonomi Islam*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Pradja, Juhaya . 2015. *Ekonomi Syariah*. Cet. II; Bandung: Pustaka Setia.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). 2014. *Ekonomi Islam*. Cet. XI; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). 2008. *Ekonomi Islam* Yogyakarta: UII.
- Sa'dy, Abdurrahman As. *Tanya Jawab Lengkap Permasalahan Jual Beli*. Jakarta: Pustaka Assunnah.
- Sahman Z. 2018. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Ikan Dengan Sistem Pancingan Bertarif (Studi Kasus Pancingan Sejuta di Desa Sidowayah, Kecamatan Polanharjo, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah). Publikasi Ilmiah, Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Saputra, Rico dan Hatane Samuel, Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 1, 2013.
- Saputra, Rico dan Hatane Samuel. 2013. Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1, No. 1
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Edisi ke III. Jakarta: Kencana.
- Sri, Vinna Yuniarti. 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Pelayanan*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukirno, Sadono. 1994. *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo.

Wahyu, Eka Pradani. 2019. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Online Aplikasi Android (Study Kasus Pada Pemilik Akun Instagram @JualAppVip dan @Jualpremiumvip di Bandar Lampung), s.kripsi Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah, Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).

Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Pustaka Setia, 2013

Wibowo, Sukarno dan Dedi Supriadi. 2017. *Ekonomi Mikro Islam*. Cet. II; Bandung: Pustaka Setia.

Wibowo, Sukarno. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.

Yuniawati, Nida dkk. Tinjauan Hukum Islam terhadap Jual Beli Ikan dengan Sistem Galatama (Studi Kasus di Pemancingan Margaluyu Cimahi). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, ISSN: 2460-2159.

Narasumber :

Alvin, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, , Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Juli 2021.

Bapak Darul, Penjual Ikan di Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 28 Juni 2021.

Bapak Ipuaq, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 28 Juni 2021.

Bapak Irwanda, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

Bapak Kurnia, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

Bapak Mastang, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 28 Juni 2021

Bapak Nawir, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

Bapak Razak, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 5 Mei 2021.

Bapak Sorrik Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.

- Bapak Tapa, Penjual Ikan di Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 28 Juni 2021.
- Bapak Yunus, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.
- Bapak Zulfaids, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.
- Ibu Cica, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Juli 2021.
- Ibu Nirwana, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Tegal Parepare pada 1 Juli 2021.
- Ibu Lia, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.
- Ibu Nurlia, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Mei 2021.
- Ibu Suhartini, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 3 Mei 2021.
- Jumardiah, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Perumnas Wkke'e Parepare pada 28 Juni 2021
- Nursyamsi, Konsumen Pasar Senggol Parepare, Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Juni 2021.
- Razak, Penjual Ikan Pasar Senggol Parepare, , Wawancara Penelitian di Pasar Senggol Parepare pada 1 Juli 2021.



INSTRUMEN PENELITIAN

DAFTAR WAWANCARA

Wawancara kepada Penjual Ikan :

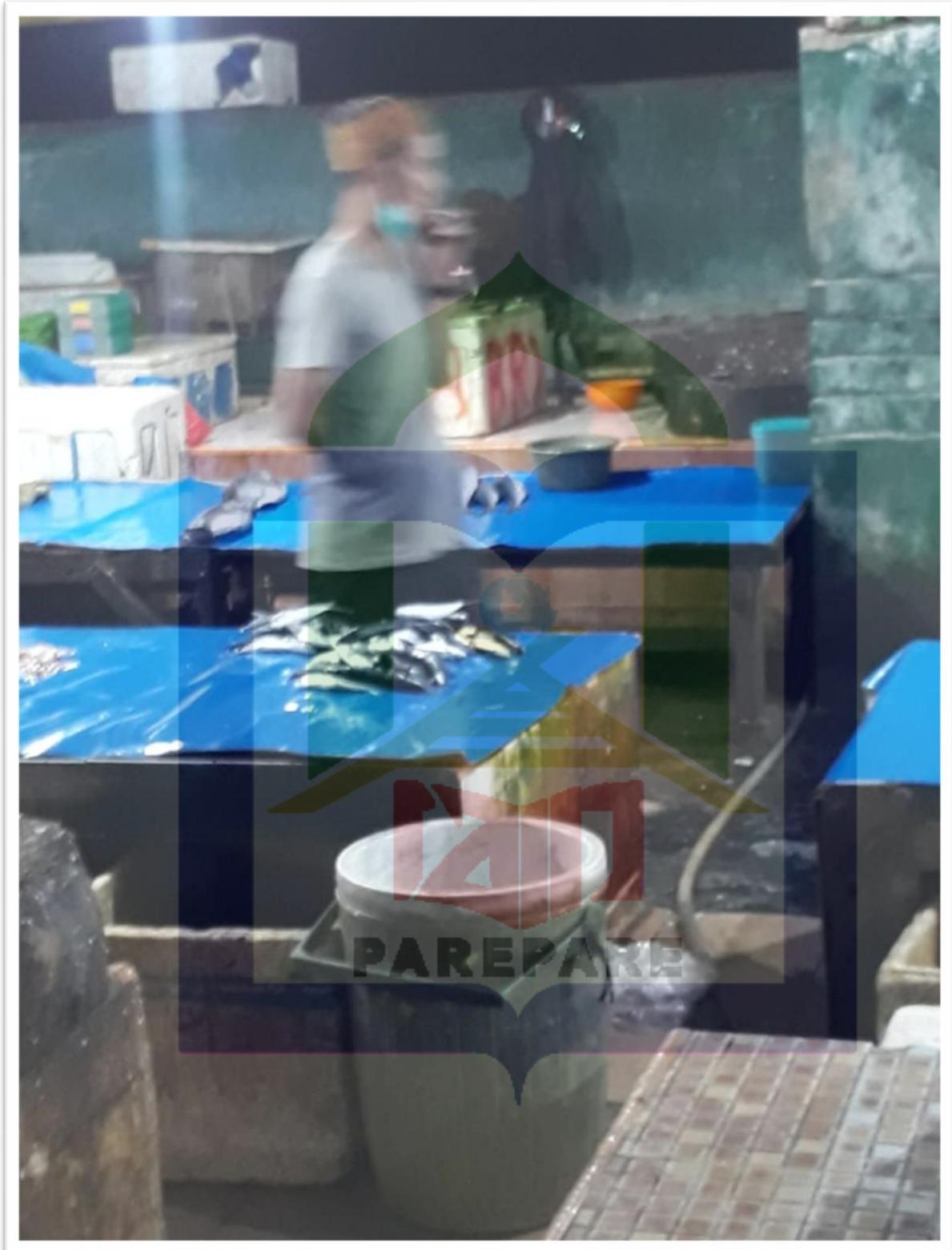
1. Bagaimana perilaku pembeli ikan di Pasar Senggol Parepare yang sering Anda hadapi ?
2. Apa yang mempengaruhi harga ?
3. Bagaimana pandangan Bapak terhadap pentingnya kejujuran ?
4. Bagaimana jika ikan bapak tidak segar ?
5. Mengapa Bapak menyimpan pengganjal di bawah tumpukan ikan ?
6. Bagaimana menurut Anda tentang penimbunan ?
7. Apakah bapak pernah melakukan penimbunan barang ?
8. Bagaimana prinsip saling menguntungkan dalam jual beli menurut Bapak ?
9. Jika terdapat pembeli menawar dengan harga yang rendah, bagaimana Bapak merelakannya ?
10. Bagaimana Bapak menjaga kesucian barang dagangan ?
11. Bagaimana Bapak menjaga kompetisi jual beli yang sehat ?

Wawancara kepada konsumen :

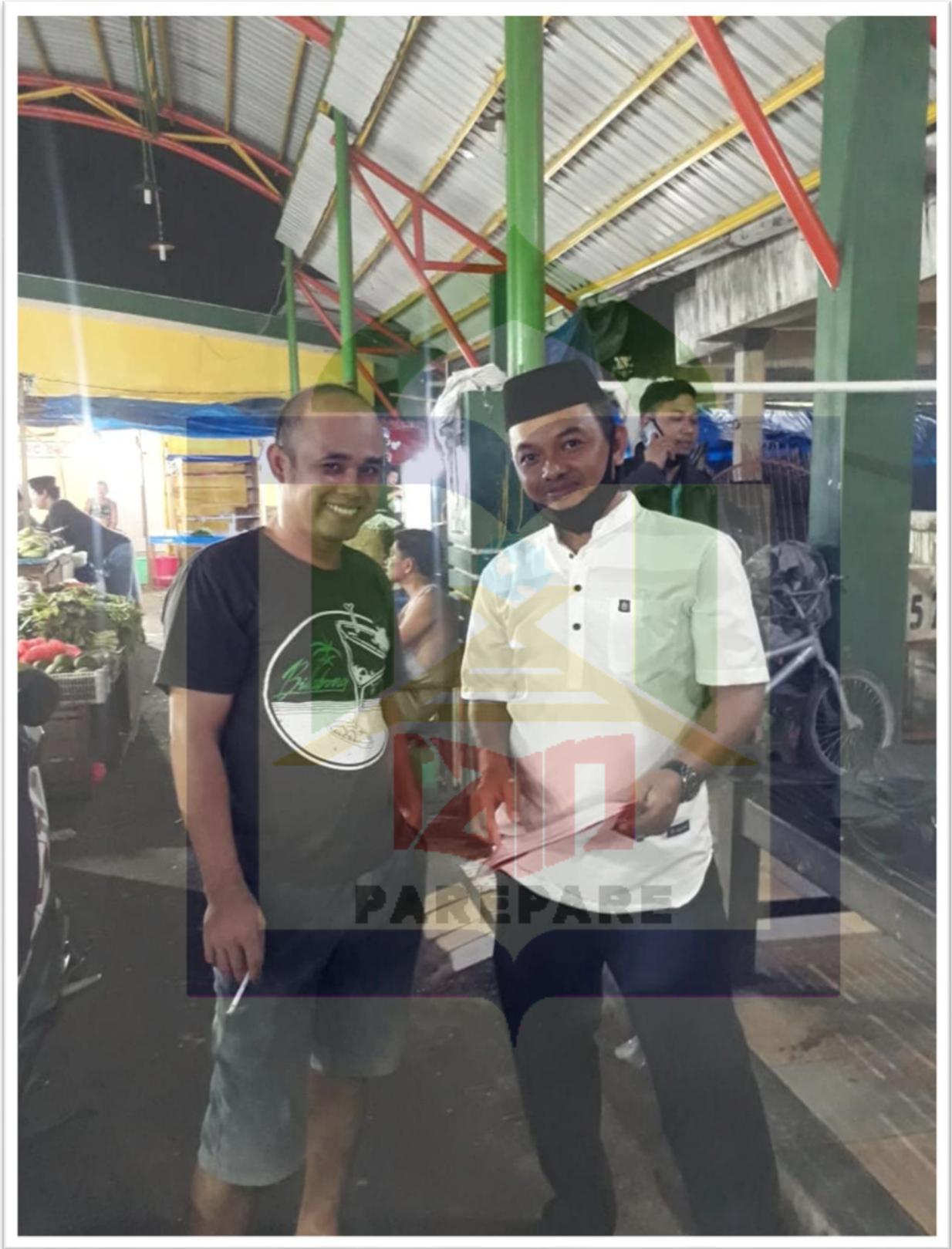
1. Bagaimana perilaku penjual ikan di Pasar Senggol Parepare yang sering Anda dapatkan ?
2. Bagaimana kebiasaan Anda dalam membeli ikan ?
3. Bagaimana Ibu sebagai pembeli berlaku jujur kepada penjual ?
4. Bagaimana menurut Ibu sebagai pembeli jika mendapatkan penjual ikan yang menipu ?
5. Mengapa ikan tidak bisa ditahan ?
6. Apa yang Ibu lakukan agar penjual ikan tetap untung dan Ibu juga untung ?
7. Apakah Ibu rela membeli ikan apabila ditawarkan dengan harga yang mahal dari yang biasanya ?



Gambar 1: Wawancara Pembeli ikan Sdr. Sorrik di Pasar Senggol



Gambar 2: Wawancara Penjual ikan Sdr. Razak di Pasar Senggol



Gambar 3: Wawancara Penjual ikan Sdr. Irwandi di Pasar Senggol



Gambar 4: Wawancara Penjual ikan Sdr. Nawir di Pasar Senggol



Gambar 5: Kondisi jualan ikan di Pasar Senggol



Gambar 6: Wawancara Penjual ikan Sdr. Yunus di Pasar Senggol



Gambar 8: Wawancara Penjual ikan Sdr. Irwandi di Pasar Senggol



Gambar 9: Wawancara Penjual ikan Sdr. Ipuaq di Pasar Senggol



Gambar 10: Wawancara Penjual ikan Sdr. Alvin di
Pasar Senggol



Gambar 11: Wawancara Penjual ikan Sdr. Kurnia di
Pasar Senggol



Gambar 12: Wawancara Penjual ikan Sdr. Ipuaq di Pasar Senggol



Gambar 13: Wawancara Penjual ikan Sdr.Kurnia di Pasar Senggol



Gambar 14: Wawancara Pembeli ikan Sdri. Suhartini di Blok F Perumnas Parepare



IAIN
PAREPARE

Wawancara Pembeli ikan Sdr. Nursyamsi di Lapadde
Parepare

		SRN IP0900278
PEMERINTAH KOTA PAREPARE		
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU		
<small>Jalan Hutan Nomor 38 Telp (0421) 22184 Fax (0421) 27719 Kode Pos 91711, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id</small>		
REKOMENDASI PENELITIAN		
Nomor : 280/IP/DPH-PTSP/5/2021		
<p>Dasar :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian. 3. Peraturan Walikota Parepare No. 7 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. <p>Selanjut memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :</p>		
MENGIZINKAN		
KEPADA	:	
NAMA	: ZAKIR	
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE	
Jurusan	: EKONOMI SYARIAH	
ALAMAT	: JL. MAHONI PERUMNAS WEKKE'E PAREPARE	
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/kawacora dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :	
	JUDUL PENELITIAN	: TRANSAKSI JUAL BELI IKAN DI PASAR SENGGOL PAREPARE (ANALISIS ETEKA BISNIS ISLAM)
	LOKASI PENELITIAN	: DINAS PERDAGANGAN KOTA PAREPARE (UPTD PASAR SENGGOL)
	WAKTU PENELITIAN	: 07 Mei 2021 s.d 07 Juni 2021
	<ol style="list-style-type: none"> a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan 	
<p>Dikeluarkan di: Parepare Pada Tanggal : 11 Mei 2021</p> <p>KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE</p> <p> HJ. ANDI RUSIA, SH.MH</p> <p>Pangkat : Pembina Utama Muda, (IV/c) NIP : 19620915 198101 2 801</p>		
Biaya : Rp. 0.00		

BIOGRAFI



zakir, Lahir di Lamasariang, Kelurahan Balanipa, Kecamatan Balanipa, Kabupaten Polman, Sulawesi Barat pada 13 Juli 1979. Anak ke-7 dari 8 bersaudara dari pasangan suami istri Ayahanda Kaco Pani dan Ibunda Hj. Ruya. Memulai pendidikan di bangku Sekolah Dasar Negeri (SDN Inpres) 056 Lamasariang. Kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Tinambung. Selanjutnya di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 1 Tinambung, Jurusan Perdagangan (Manajemen Bisnis). Selanjutnya di Universitas Negeri Makassar (UNM), Fakultas Ilmu Sosial (FIS) Jurusan Pendidikan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Koperasi, terdaftar sebagai Mahasiswa baru pada 1997 akhirnya menyelesaikan pendidikan sekolah tinggi pada 2002. Kemudian pada 2019 melanjutkan pendidikan dalam program Pasca Sarjana Ekonomi Syariah di IAIN Parepare dan akhirnya menyelesaikan pendidikan pada 2021.

Untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E), penulis menyelesaikan pendidikan sebagaimana mestinya dan mengajukan tugas akhir berupa tesis yang berjudul : **Transaksi jual beli ikan di pasar senggol Parepare (Analisi Etika Bisnis Islam)**.

Pengalaman kerja Pengurus Kopma UNM tahun 1999-2002, kemudian tahun 2002-2009 menjadi karyawan di PT.Pegadaian Tbk. Selanjutnya diangkat menjadi PNS/Guru tahun 2009- sampai sekarang.