

**ILUSI HARGA DALAM PENJUALAN BUAH DI KOTA
PALANGKA RAYA
(PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)



Oleh

MUTHMAINNAH
NIM. 1602130075

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS SYARIAH JURUSAN SYARIAH
PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2020 M/ 1441 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : ILUSI HARGA DALAM PENJUALAN BUAH DI
KOTA PALANGKA RAYA (PERSPEKTIF
HUKUM EKONOMI SYARIAH

NAMA : MUTHMAINNAH
NIM : 1602130075
FAKULTAS : SYARIAH
PROGRAM STUDI : HUKUM EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA I (S1)

Palangka Raya, 08 Juli 2020

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. SYARIFUDDIN, M.Ag.

NIP. 197005032001121002


NORWILI, M.H.I.

NIP. 197002081998032001

Wakil Dekan I

Bidang Akademik dan Pengembangan

Lembaga

Ketua Jurusan Syariah


Drs. SURYA SUKTI, M.A.

NIP. 196505161994021002


MUMIB, M.Ag.

NIP. 196009061990031002

NOTA DINAS

Perihal : Mohon Diuji Skripsi
Saudari Muthmainnah

Palangka Raya, 08 Juli 2020

Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
IAIN Palangka Raya
di-
Palangka Raya

Assalāmu 'alaikum Wa Rahmatullāh Wa Barakātuh

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami menganggap bahwa Skripsi saudara:

NAMA : MUTHMAINNAH

NIM : 1602130075

JUDUL : ILUSI HARGA DALAM PENJUALAN BUAH DI KOTA
PALANGKA RAYA (PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI
SYARIAH)

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH).
Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalāmu 'alaikum Wa Rahmatullāh Wa Barakātuh

Pembimbing I


Dr. SYARIFUDDIN, M.Ag.
NIP. 197005032001121002

Pembimbing II


NORWILI, M.H.I.
NIP. 197002081998032001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "ILUSI HARGA DALAM PENJUALAN BUAH DI KOTA PALANGKA RAYA (PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH)" oleh MUTHIMAINNAH, NIM 1602130075 telah *dimunawqasyahkan* pada Tim *Munawqasyah* Skripsi Fakultas Syariah IAIN Palangka Raya pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 24 Juli 2020 M
03 Dzulhijjah 1441 H

Palangka Raya, 24 Juli 2020

Tim Penguji :

1. Munib, M.Ag (.....)
Ketua Sidang/ Penguji
2. Hj. Tri Hidayati, M.H (.....)
Penguji I
3. Dr. Syarifuddin, M.Ag (.....)
Penguji II
4. Norwili, M.HI (.....)
Sekretaris Sidang/ Penguji

Dekan Fakultas Syariah



Dr. H. Abdul Helim, M.Ag
NIP. 197704132003121003

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh para pedagang buah yang membuat informasi harga yang terkesan murah dan terdapat hal-hal tertentu yang menjebak dan tidak dapat diketahui secara langsung oleh calon konsumen, sehingga menimbulkan unsur tipu daya. Informasi harga tersebut seringkali membuat calon konsumen mengalami bias psikologi berupa ilusi harga (*price illusion*) sehingga menimbulkan dorongan untuk melakukan pembelian. Fokus penelitian ini adalah praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya, faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya, dan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis empiris/sosio legal. Subjek penelitian ini adalah pedagang buah yang ada di pinggir jalan Cilik Riwut dan G.Obos kota Palangka Raya yang berjumlah enam orang subjek penelitian dengan teknik *purposive sampling*. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini: (1) Praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya diantaranya yaitu, menggunakan berbagai macam bentuk-bentuk dan tulisan harga sehingga membuat konsumen merasa tertipu, menimbulkan rasa ketidakpuasan, konsumen merasa kaget dan kecewa serta membuat konsumen terpaksa untuk membeli. (2) Faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya diantaranya yaitu, agar konsumen tertarik membeli, lokasi penjualan yang strategis, mengelabui konsumen, merupakan strategi dalam penjualan dan kurangnya tingkat pemahaman tentang transparansi harga dan kejujuran pedagang dalam etika dan hukum. (3) Pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya setelah diqiya>skan termasuk dalam *qiya>s musāwī*.

Kata Kunci: Ilusi Harga, Penjualan Buah, Hukum Ekonomi Syariah.

ABSTRACT

This research is motivated by fruit traders who make cheap price information and there are certain things that are trapping and cannot be known directly by potential customers, giving rise to deception. price information often makes prospective consumers experience psychological biases in the form of price illusions (price illusion), giving rise to encouragement to make a purchase. The focus of this research is the practice of price illusions in the sale of fruit in the city of Palangka Raya, the factors underlying the illusion of prices in the sale of fruit in the city of Palangka Raya, and the view of Islamic economic law on the illusion of prices in the sale of fruit in the city of Palangka Raya. This research is an empirical / socio legal juridical research. The subjects of this study were fruit traders who were on the roadside of Cilik Riwut and G.Obos, Palangka Raya city, with a total of six research subjects using techniques purposive sampling. The approach used is a qualitative approach with data collection techniques such as interviews, observation, and documentation. The results of this study: (1) The practice of price illusions in the sale of fruit in the city of Palangka Raya including, namely, using various forms and writing some consumers feel cheated, cause dissatisfaction, consumers feel shocked and disappointed and make consumers forced to buy. (2) Factors underlying the illusion of prices in fruit sales in the city of Palangka Raya include, that consumers are interested in buying, strategic sales locations, deceiving consumers, are sales strategies and lack the level of understanding of price transparency and honesty of traders in ethics and law. (3) The view of sharia economic law on the illusion of prices in the sale of fruit in the city of Palangka Raya after it is ruled out is included in the *qiya>s musa>wi>*.

Keywords: Price Illusion, Fruit Sales, Sharia Economic Law.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalāmu'alaikum Wa Raḥmatullāh Wa Barakātuh

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya Skripsi yang berjudul Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah) ini, alhamdulillah akhirnya dapat diselesaikan. Shalawat serta salam tidak lupa kita haturkan kepada junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari gelapnya zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh cahaya keilmuan dan berperadaban yakni *dīnul Islām*.

Penelitian ini ada tidak terlepas peran berbagai pihak yang memberikan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu penulis ingin menyatakan penghargaan yang setinggi-tingginya dan menghaturkan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak baik secara langsung maupun secara tidak dalam membantu tugas mulia ini diantaranya kepada :

1. Yth. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag., selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
Terimakasih penulis tuturkan atas segala sarana dan prasarana yang disediakan selama kuliah di IAIN Palangka Raya. Semoga Allah SWT sellau memberikan kesehatan, hidayah, dan keberkahan dalam memimpin IAIN Palangka Raya agar semakin maju dan berkembang.
2. Yth. Bapak Dr. H. Abdul Helim, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Palangka Raya atas segala pelayanan yang diberikan kepada seluruh

mahasiswa di naungan Fakultas Syariah. Semoga Fakultas Syariah semakin maju dan banyak diminati oleh para pecinta ilmu ke-syariah-an.

1. Yth. Bapak Usman, S.Ag, S.S, M. Hi., selaku kepala UPT Perpustakaan IAIN Palangka Raya beserta Stafnya yang telah banyak membantu dalam penyelesaian penulisan karya ini.
3. Yth. Bapak Dr. Syarifuddin, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Norwili, M.H.I., selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan sabar mengarahkan dan membimbing penulis. Banyak pengetahuan baru yang penulis dapatkan saat bimbingan. Peneliti berdoa semoga Allah mencatatnya sebagai amal jariyah yang terus mampu mendatangkan manfaat dan pahala kepada keduanya.
4. Yth. Seluruh dosen IAIN Palangka Raya terkhusus dosen Fakultas Syariah IAIN Palangka Raya, yang telah membimbing, mengajarkan dan mengamalkan ilmu-ilmunya kepada penulis. Semoga menjadi pahala yang terus mengalir.
5. Yth. Seluruh staf Fakultas Syariah IAIN Palangka Raya yang telah bekerja demi kelancaran peneliti selama kuliah.
6. Ibunda tercinta Zainab dan Ayahanda Gajali Rahman, S.Pd sembah sujud dan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya penulis haturkan kepada keduanya, yang tiada henti-hentinya memanjatkan doa kehadiran Ilahi untuk memohon keberkahan dan kesuksesan bagi anak-anaknya.
7. Semua Teman-teman seperjuangan mahasiswa IAIN Palangka Raya, terkhusus teman-teman program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah IAIN

Palangka Raya angkatan 2016 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu nama-namanya yang telah membantu, menyemangati, memotivasi, memberikan arahan dan saran kepada penulis.

8. Semua pihak yang berpartisipasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Kepada Allah penulis mohon semoga mereka semuanya dilimpahkan pahala yang berlipat ganda dan segala bantuan yang telah diberikan itu dicatat sebagai ibadah di sisi-Nya yang kelak akan memberatkan timbangan amal kebaikan. *Âamiin Yāā Mujib as-Sāilin.*

Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang dimiliki, penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran melalui penelitian selanjutnya atau ada hal-hal yang perlu dikembangkan dari penelitian ini seiring dengan semakin kompleksitasnya zaman yang terus berkembang. Terlepas dari segala kekurangan penulis berserah diri kepada Allah SWT semoga yang ditulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya para pembaca. *Âamiin.*

Wassalāmu 'alaikum Wa Raḥmatullāh Wa Barakātuh

Palangka Raya, 08 Juli 2020
Penulis,

Muthmainnah
NIM. 1602130075

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah Di Kota Palangka Raya (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah)"** adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung resiko atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, 08 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Muthmainnah

NIM. 1602130075

MOTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

(النساء: ٢٩)

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 adalah Maha Penyayang kepadamu



PERSEMBAHAN

*Waktu terus berlalu hingga di penghujung masa studi di kampus tercinta
Kata demi kata terangkai hingga menjadi sebuah skripsi nan sederhana ini.*

Ku Persembahkan Skripsi ini Kepada:

Ayahanda Tersayang : Gajali Rahman, S.Pd

Ibunda Tercinta: Siti Nur Asiah (alm) & Zainab

*Yang telah mendidik dan mengasuh serta senantiasa mendoakan
Anak-anaknya di setiap langkah menuju kesuksesan dan berkah.
Mudah-mudahan segala kebaikan dunia dan akhirat selalu tercurah
Untuk Ayahanda dan Ibunda.*

Kakak dan Adik-Adikku Tersayang

*Terimakasih ku ucapkan kepada kalian semua yang selama ini selalu
Memberikan dukungan dan semangat dalam segala hal khususnya
dalam perjuangan menyelesaikan perkuliahan.*

*Seluruh keluarga yang selalu menjadi penggembira hati dan penyulut
semangat. Seluruh Guru dan Dosenku yang selalu memberikan
Bimbingan yang tulus.*

Seluruh Sahabat-Sahabatku

*Khususnya Program Studi Hukum Ekonomi Syariah 2016
Terimakasih dan apresiasi yang tinggi atas semua pengalaman, kebersamaan,
dan ilmu yang telah kita bagi bersama.*

Dan Almamaterku “IAIN Palangka Raya”

*Terimakasih untuk kebersamaan dan motivasinya dalam suka maupun duka
semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	za'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعقدین	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti solat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كِرْمَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā</i>
-------------------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
-------------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	A
اِ	Kasrah	Ditulis	I
اُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>

فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>
------	---------	--------------

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “I” (el)nya.

السياء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	x
MOTO	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xiii
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR SINGKATAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Kegunaan penelitian.....	5
1. Kegunaan Teoritis.....	6
2. Kegunaan Praktis	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kerangka Teoritik	17
C. Deskripsi Teoretik.....	25
1. Ilusi Harga.....	25

2. Jual Beli Menurut Hukum Islam.....	29
3. Akad.....	40
4. Konsep <i>Gasyisyi</i>	50
5. Harga.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	60
A. Waktu & Tempat Penelitian.....	60
1. Waktu Penelitian.....	60
2. Tempat Penelitian	61
B. Jenis Penelitian.....	61
C. Pendekatan Penelitian	62
D. Objek dan Subjek Penelitian	63
E. Teknik Penentuan Subjek.....	63
F. Teknik Pengumpulan Data.....	64
1. Wawancara.....	65
2. Observasi	67
3. Dokumentasi	68
G. Teknik Pengabsahan Data.....	69
H. Teknik Analisis Data.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	74
A. Gambaran Umum Penelitian	74
1. Sejarah Palangka Raya.....	74
2. Gambaran Umum dan Letak Geografis Kota Palangka Raya	79
B. Hasil Penelitian	81
C. Analisis Hasil Penelitian	109
1. Praktik Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya.....	109
2. Faktor Yang Melatarbelakangi Adanya Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya.....	118
3. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya.....	127

BAB V PENUTUP	133
A. Kesimpulan	133
B. Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA	136



DAFTAR SINGKATAN



Cet	: Cetakan
dkk.	: dan kawan kawan
H.	: Hijriyah
HR.	: Hadits Riwayat
IAIN	: Institut Agama Islam Negeri
M	: Masehi
NIM	: Nomor Induk Mahasiswa
NIP	: Nomor Induk Pegawai
No.	: Nomor
RA	: <i>Radiyallahu 'anhu/Radiyallahu 'anhā</i>
SAW	: <i>Ṣallallāhu 'alaīhi wa sallam</i>
SWT	: <i>Subḥānahū wa ta'ālā</i>
UIN	: Universitas Islam

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak pernah lepas dengan kegiatan muamalah. Sistem ekonomi yang berbasis Islam menghendaki bahwa dalam hal kegiatan ekonomi harus berdasarkan dua sendi, yaitu sendi kebebasan dan sendi keadilan. Telah menjadi *sunnatullah* bahwa manusia harus bermasyarakat, tolong menolong, atau saling membantu antara satu dengan yang lainnya. Hidup bermuamalah untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai kemajuan dalam hidupnya.

Muamalah merupakan salah satu bagian dari hukum Islam yang mengatur hubungan antar manusia dalam masyarakat berkenaan dengan kebendaan dan kewajiban. Masalah muamalah dalam bukunya Ismail Nawawi, Masduki membagi menjadi dua yaitu *al-mu'amalah al-maddiyah*¹ dan *al-mu'amalah al-addabiyah*.² Tujuan dari muamalah yaitu menciptakan hubungan yang harmonis antara sesama manusia menjadikan terciptanya masyarakat yang rukun dan tentram. Akan tetapi tidak semua masyarakat mengetahui aturan aturan yang berlaku didalamnya khususnya mengenai jual beli.

¹Pergaulan yang terjadi antar manusia yang berkaitan dengan materi, seperti jual beli barang dan jasa maupun jual beli dipasar modal. Lihat Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, (Bogor: Ghalia Indonesia: 2012), 3.

²Pergaulan antara manusia yang penekanannya kepada perilaku, sikap dan tindakan yang bersumber dari lisan dan anggota badan yang dasarnya adalah kesopanan dan berperadaban supaya bisa tercipta masyarakat madani. Ibid.

Jual beli yaitu persetujuan dimana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda dan pihak lain membayar harga yang telah disepakati keduanya. Dengan kata lain jual beli terjadi apabila dilakukan oleh dua orang atau lebih yang telah rela dan didasari rasa suka sama suka antara masing-masing pihak yang melakukan transaksi tersebut.

Dalam hal ini dijelaskan didalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۝ ٢٩³

Artinya :

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 adalah Maha Penyayang kepadamu.⁴

Islam memperbolehkan jual beli dengan cara yang baik dan tidak bertentangan dengan hukum Islam, yakni jual beli yang terhindar dari unsur *garar*, *riba*, pemaksaan, penipuan dan lain sebagainya. Allah menghalalkan jual beli dan tidak merinci bagaimana caranya, artinya dapat dikembalikan kepada adat kebiasaan masyarakat, seperti kebiasaan jual beli berupa serah terima barang.⁵

Disamping masalah akhlak atau etika, yang tak kalah penting harus diperhatikan adalah masalah keabsahan jual beli menurut syariat Islam. Hal tersebut berangkat dari pernyataan bahwa sesuatu yang paling awal berkenaan dengan kedekatan (*taqarrub*) kita terhadap Allah swt, adalah

³An-Nisa, 4:29.

⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan Untuk Wanita*, (Jakarta: Wali, 2012), 82.

⁵Ibnu Qudamah, *Al-Mughni (Penerjemah Anshari Taslim Pembahasan Tentang Sifat Haji dan Jual Bel i)*, Jilid 5, (Jakarta Selatan : Pustaka Azzam, 2008), 297.

mentaati-Nya. Diantara ketaatan itu adalah mengetahui perintah dan larangan-Nya. Termasuk dalam hal muamalah jual beli. Karena jual beli termasuk mata pencaharian kehidupan dan sarana tukar menukar harta, maka dibutuhkan pengetahuan yang berhubungan dengan hukum-hukumnya.⁶

Jual beli merupakan sesuatu yang berlaku umum di masyarakat, jika ada syarat-syarat tertentu pastinya sudah dijelaskan Nabi Muhammad SAW dengan penjelasan yang mencakup semua orang. Oleh karena itu dalam menilai keabsahan hukum dalam bermuamalah perlu ditelusuri apa saja yang melatarbelakangi terjadinya praktik jual beli tersebut, apakah sesuai dengan norma hukum Islam atau bertentangan dengan hukum Islam.⁷

Sekarang ini banyak sekali pedagang pedagang buah yang di pinggir-pinggir jalan mencantumkan harga jual beli buah dengan berbagai harga yang terkesan murah tanpa adanya uraian atau keterangan yang jelas, pencantuman harga buah tersebut bervariasi sehingga membuat orang-orang tertarik ingin membeli buah itu, dan menimbulkan persepsi yang salah, dan ternyata pencantuman harga buah yang terkesan murah tersebut tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.

Berdasarkan observasi awal peneliti di kota Palangka Raya ada beberapa pedagang buah di sekitar Jalan Cilik Riwut, dan G.Obos, kota Palangka Raya, yang mencantumkan harga dagangannya tidak secara jujur yaitu pencantuman harga yang terkesan murah dan terdapat hal-hal tertentu yang menjebak dan tidak dapat diketahui secara langsung oleh calon

⁶Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), 7.

⁷Ibid.

konsumen, sehingga menimbulkan unsur tipu daya. Atas dasar ketidaktahuan tersebut, seringkali membuat calon konsumen mengalami bias psikologi berupa ilusi harga (*price illusion*) sehingga menimbulkan dorongan untuk melakukan pembelian.

Fenomena ilusi harga dalam penjualan buah ini patut menjadi perhatian, karena dalam praktiknya ada hak konsumen yang tidak terpenuhi sehingga berpeluang menimbulkan unsur tipu daya. Seperti yang dilakukan salah satu seorang pedagang buah, dimana ia mencantumkan harga buah tersebut seharga Rp.8.000, harga tersebut terkesan murah, padahal sebenarnya harga Rp.8.000 itu merupakan buah yang hampir busuk tetapi masih dijual, sedangkan buah yang masih bagus dan segar sengaja dipisah dan dijual dengan harga Rp.13.000.⁸

Berkaitan dengan hal tersebut, terlihat bahwa cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan tidaklah seimbang. Maksudnya dalam jual beli merupakan tujuan yang baik dan dikehendaki Allah. Namun, cara yang digunakan untuk mencapai jual beli haruslah baik juga. Karena jual beli adalah suatu tujuan yang baik tetapi, cara cara yang digunakan pedagang merupakan suatu cara menimbulkan kesalahan persepsi calon konsumen (*price illusion*). *Price illusion* sebagai salah satu strategi dalam penjualan, hal ini harus sesuai dengan prinsip-prinsip dalam hukum Islam.

Beranjak dari uraian di atas, peneliti merasa tertarik untuk mengangkat menjadi sebuah judul penelitian dalam penulisan skripsi dengan

⁸*Observasi Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah* (Palangka Raya, 14 Januari 2020).

meneliti Ilusi Harga dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah).

B. Rumusan Masalah

Beberapa masalah yang ingin peneliti rumuskan dalam masalah ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya?
2. Apa saja faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya?
3. Bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian diantaranya :

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya.

D. Kegunaan penelitian

Penelitian yang berjudul “Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah Di Kota Palangka Raya (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah)” adalah bentuk

keingintahuan peneliti mengenai hukum dari perkembangan transaksi jual beli dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat dan setiap penelitian harus mempunyai kegunaan bagi pemecahan suatu masalah yang diteliti. Untuk itu suatu penelitian setidaknya mampu memberikan kegunaan praktis dalam kehidupan masyarakat. Kegunaan penelitian ini dapat ditinjau dari dua segi yang saling berkaitan yaitu dari segi teoritis dan segi praktis. Adapun kegunaan penelitian yang diharapkan sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

- a. Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat dalam perkuliahan dan membandingkannya dengan praktik di lapangan.
- b. Sebagai wahana untuk mengembangkan wacana dan pemikiran bagi peneliti.
- c. Dapat dijadikan landasan untuk memperkaya wacana dalam perspektif hukum ekonomi syariah mengenai masalah kehalalan dan keharaman sesuatu yang dijadikan obyek praktik dan transaksi jual beli.
- d. Sebagai acuan penelitian serupa dimasa yang akan datang dan dapat dikembangkan lebih lanjut sesuai perkembangan zaman.

2. Kegunaan Praktis

- a. Untuk pelaku usaha/ pedagang buah agar lebih mengedepankan sifat jujur dalam berdagang dan menerapkan etika bisnis Islam. Serta dapat mempertimbangkan untuk tidak melakukan ilusi harga agar tidak menimbulkan bias psikologis kepada calon konsumen.

- b. Sebagai acuan calon konsumen agar benar-benar teliti terhadap informasi harga sebelum membeli.
- c. Menambah literatur atau bahan-bahan informasi ilmiah yang dapat digunakan untuk melakukan kajian dan penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini lebih terarah dan sistematis, serta dapat dipahami dan ditelaah, maka penulis menggunakan sistem penulisan ini yang dibagi menjadi lima bab yang mempunyai bagian tersendiri dan terperinci, serta sistematika penulisannya sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab pendahuluan ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan untuk menghindari salah tafsir dalam judul.

Bab II : Kajian Pustaka

Dalam bab ini akan menyajikan dan menguraikan penelitian terdahulu, kerangka teoretik, dan deskripsi teoretik, Pada bab ini membahas kerangka teoretik dan deskripsi teoretik, yang isinya memaparkan aspek-aspek teoritis tentang fenomena atau masalah yang diteliti. Kerangka teori yang terdiri dari teori kejujuran, teori penetapan harga, teori etika bisnis Islam, dan teori *qiya>s*. Serta kerangka konseptual yang sesuai dengan judul yakni Ilusi Harga dalam Penjualan Buah di

Kota Palangka Raya. Sumber rujukan bab II adalah referensi atau literatur dari buku-buku, hasil penelitian terdahulu, tulisan pada jurnal ilmiah, situs internet, dan dokumentasi tertulis lainnya. Isi bab II merupakan pemaparan yang lebih menegaskan kerangka pemikiran peneliti dalam memunculkan variabel-variabel yang diteliti serta konteks penelitiannya.

Bab III : Metode Penelitian

Dalam bab ini akan memaparkan metode yang menjadi landasan penelitian, yaitu memuat waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik penentuan subjek, teknik pengumpulan data, teknik pengabsahan data dan teknik analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Analisis

Dalam bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi penelitian, hasil penelitian, serta memuat analisis dan pembahasan serta akan diuraikan secara rinci mengenai penelitian dan hasil-hasilnya yang relevan dengan pembahasan.

Bab V : Penutup

Dalam bab ini akan memuat kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian, sebagai tanda akhir dari penelitian yang telah

dilakukan. Kesimpulan dalam bab V ini diturunkan dari pemahaman hasil penelitian yang merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang dirumuskan.

Daftar Pustaka

Lampiran



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil pencarian terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang berasal dari perpustakaan, internet atau *website*, dan lain sebagainya, peneliti menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian peneliti, yaitu:

1. Sugiarti Tahun 2017, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar dengan judul “Sistem Jual Beli Buah Secara Borongan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Pa’beng – Baeng Makassar)”. Penelitian ini terfokus kepada transaksi jual beli buah secara borongan, pembeli hanya melihat bagian paling atas dari buah yang ada dipeti. Sedangkan bagian dalamnya pembeli tidak mengetahui secara pasti apakah sama seperti buah yang diperlihatkan di bagian atas.

Adapun metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode kualitatif dengan menggunakan penelitian (*field research*) yaitu suatu penelitian dengan cara terjun langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Adapun hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Bahwa praktek jual beli buah dengan sistem borongan di Pasar Pa’baeng-baeng Makassar belum sesuai dengan ketentuan syariat Islam, karena terdapat unsur *garar* didalamnya, adapun kegararan praktek jual beli buah di Pasar Pa’baeng-baeng Makassar terletak pada kualitas buah tiap petinya, karena pada

sistem borongan ini, buah sudah ada dalam kemasan peti sehingga pembeli tidak bisa melihat secara keseluruhan kondisi buah satu persatu, pembeli hanya melihat bagian atasnya saja.⁹

Penelitian ini ialah lebih memfokuskan pada sistem jual beli buah secara borongan yang mana mengandung unsur *garar* didalamnya dengan menggunakan metode yang dijelaskan diatas dan fokus penelitian hanya di satu tempat penelitian yaitu di Pasar Pa'Baeng-Baeng Makassar. Adapun kekurangan pada penelitian ini ialah tidak dijelaskannya secara khusus pengambilan dan pengolahan data dari sumber data atau informan.

2. Almaulal Mahdyyah Tahun 2016, Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul "Penetapan Harga di Kalangan Pedagang Buah di Pasar Peterongan Jombang Tinjauan Hukum Islam". Penelitian ini terfokus kepada praktek penetapan harga oleh pedagang buah di Pasar Peterongan Jombang, bahwa Pasar Peterongan Jombang adalah termasuk pasar persaingan sempurna, dimana harga pasar terbentuk dari keseimbangan permintaan dan penawaran.

Adapun metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode yuridis empiris (*field research*) jika berdasarkan tempat pelaksanaan penelitian, penelitian ini pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat. Jadi, mengadakan

⁹Sugiarti, "Sistem Jual Beli Buah Secara Borongan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Pa'baeng – Baeng Makassar)" (Skripsi-UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2017), 56.

penelitian mengenai beberapa masalah aktual yang kini tengah berkecamuk dan mengekspresikan diri dalam bentuk gejala atau proses sosial.

Sedangkan dilihat dari segi dan tujuan esensialnya, penelitian ini termasuk dalam penelitian terapan (*applied research*). Penelitian penerapan diarahkan pada penggunaan secara praktis di bidang kehidupan sehari-hari.

Adapun hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Islam memang tidak memberikan standarisasi pasti terkait pengambilan laba dalam jual beli. Kendatipun begitu, sepantasnya bagi seorang muslim untuk tidak mendzalimi sesama muslim yang lain dengan mengambil keuntungan terlalu besar. Harga yang sangat mahal karena keuntungan yang diambil sangat besar tentu sangat memberatkan kepada pihak pembeli. Dalam hal ini, tidak akan ada istilah tolong menolong yang sedari awal sangat diwanti-wanti oleh Islam. Islam tidak melarang untuk mengambil keuntungan namun dalam batas kewajaran.¹⁰

3. Ahmad Syarifuddin Tahun 2017, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya dengan judul “Jual Beli Tanpa Label Harga Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Studi Pada Rumah Makan di Kota Palangka Raya)”. Penelitian ini terfokus kepada pelaksanaan jual beli tanpa label harga, faktor yang membelakangi tidak adanya label harga pada penjualan, serta tinjauan Undang-Undang

¹⁰Almaulal Mahdyah, “Penetapan Harga di Kalangan Pedagang Buah di Pasar Peterongan Jombang Tinjauan Hukum Islam” (Skripsi-UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2016), 71.

Perlindungan Konsumen dan hukum Islam terhadap jual beli tanpa label harga pada rumah makan di kota Palangka Raya.

Adapun metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode yuridis empiris yang dengan kata lain dapat disebut penelitian lapangan (*field-research*) dan bersifat deskriptif analitik, dimana peneliti mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya, di masyarakat, atau dengan kata lain yaitu suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan yang sebenarnya atau dengan keadaan nyata yang terjadi di masyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan (*fact-finding*), setelah data yang dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah (*problem-identification*) dan pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah (*problem-solution*).

Adapun hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Pelaksanaan jual beli tanpa label harga di kota Palangka Raya menggunakan mekanisme “*mesan di awal setelah itu makan dan bayar di akhir*” dengan sistem penentuan harga berdasarkan menu dan besar kecilnya ikan. Faktor yang melatarbelakangi tidak dicantumkannya label harga dalam jual beli pada rumah makan yakni fluktuasi harga, faktor kebiasaan, dan tidak adanya aturan hukum. Dalam tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen jual beli tanpa label harga secara eksplisit tidak diatur pada Undang-Undang no. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Namun secara penafsiran analogis, penegasan bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi secara benar, jelas dan jujur dan dalam hal ini informasi harga termaktub pada pasal 7 undang-undang no. 8 Tahun 1999. Adapun dalam tinjauan hukum Islam jual beli tanpa label harga secara akad melanggar syarat sah yakni mengandung unsur *Jaha>lah*, *ikrah*, dan *dharar* sehingga jual belinya dikatakan *fāsid*. Oleh sebab itu, tidak adanya

informasi harga dalam praktik jual beli tersebut harus di *sadd aẓ-ẓarī'ah*.¹¹

4. Arina Widda Faradis Tahun 2018, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Penawaran Harga Jebakan di Beberapa Tempat Penjualan di Kota Yogyakarta dan Sekitarnya”. Penelitian ini terfokus kepada tinjauan hukum Islam terhadap strategi penawaran harga jebakan, taktik dalam strategi tersebut lebih menitikberatkan pada pencantuman harga yang diterapkan oleh pelaku-pelaku usaha di Yogyakarta dan sekitarnya.

Adapun metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode historis, dan bersifat deskriptif analisis yang mana dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan menggambarkan suatu kondisi subyek/obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta yang tampak dan sebagaimana adanya, dengan kata lain dapat disebut penelitian lapangan (*field research*) dan kepustakaan (*library research*).

Adapun hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut:

Terdapat macam-macam konsep strategi penawaran harga jebakan (SPHJ) yang diterapkan oleh beberapa pelaku usaha di Yogyakarta dan sekitarnya, seperti: pemasangan harga pada produk yang tidak senilai, ukuran penulisan nominal harga dengan ukuran penulisan keterangan tidak seimbang, klaim harga produk, dan lain-lain. Pada dasarnya, SPHJ tidak sesuai dengan dengan ajaran, yang mana Islam mengajarkan bahwa suatu tujuan (*gayah*) yang baik harus ditempuh dengan cara (*wasilah*) yang

¹¹Ahmad Syarifuddin, “Jual Beli Tanpa Label Harga Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Studi Pada Rumah Makan di Kota Palangka Raya)” (Skripsi- IAIN Palangka Raya, Palangka Raya, 2017), 131.

baik pula. Jual beli merupakan tujuan yang baik, tetapi SPHJ sebagai cara untuk mewujudkan jual beli telah menimbulkan *price illusion* yang mengakibatkan kesalahpahaman terhadap harga maupun objek transaksi. Konsep-konsep SPHJ tersebut juga mengandung unsur *garar* dan *gasyisyi* yaitu adanya suatu ketidakjelasan serta tipu daya (penipuan). Selain itu, SPHJ juga tidak mencerminkan amanah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas dan benar. Akad-akad yang terbentuk dari SPHJ juga mampu mereduksi prinsip kerelaan (*at-tarādi*), padahal *at-tarādi* merupakan prinsip utama dalam jual beli.¹²

Penelitian ini ialah lebih memfokuskan pada konsep strategi penawaran harga jebakan yang diterapkan oleh beberapa pelaku usaha di Yogyakarta dan sekitarnya seperti, pemasangan harga pada produk yang tidak senilai, ukuran penulisan keterangan tidak seimbang, ukuran penulisan nominal harga dengan ukuran penulisan keterangan tidak seimbang, klaim harga produk, dan lain-lain yang tidak sesuai dengan ajaran Islam.

Berdasarkan dari 4 penelitian terdahulu yang telah peneliti sebutkan di atas, dimana terdapatnya persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Adapun persamaan dan perbedaannya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama, Judul, Tahun, dan Jenis Penelitian	Perbandingan	
		Persamaan	Perbedaan
1.	Sugiarti, Sistem Jual Beli Buah Secara	Jual beli/buah	Fokus penelitian Sugiarti adalah perspektif ekonomi

¹²Arina Widda Faradis, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Penawaran Harga Jebakan di Beberapa Tempat Penjualan di Kota Yogyakarta dan Sekitarnya” (Skripsi- UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018), 119.

	Borongan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Pa'beg – Baeng Makassar), 2017, Kajian Lapangan.		Islam terhadap transaksi jual beli buah secara borongan yang terjadi di pasar Pa'beg – Baeng Makassar yang perhitungannya terdapat pencampuran buah yang kualitas baik dan busuk. Sedangkan fokus penelitian peneliti adalah meneliti tentang pandangan hukum ekonomi syariah terkait ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya yang terkesan murah sehingga calon konsumen terjebak ingin membeli dan adanya unsur tipu daya.
2.	Almaulal Mahdyah, Penetapan Harga di Kalangan Pedagang Buah di Pasar Peterongan Jombang Tinjauan Hukum Islam, 2016, Kajian Lapangan.	Jual beli/buah	Fokus penelitian Almaulal Mahdyah adalah mengenai tinjauan Hukum Islam terhadap penetapan harga di kalangan pedagang buah di pasar Peterongan Jombang yang dalam praktek penetapan harga tersebut adanya ketidaksesuaian antara barang dan harga yang diberikan oleh pedagang, serta gaya berjualan yang unik . Sedangkan fokus penelitian peneliti adalah meneliti tentang pandangan hukum ekonomi syariah terkait ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya yang terkesan murah sehingga calon konsumen terjebak ingin membeli dan adanya unsur tipu daya.
3.	Ahmad Syarifuddin, Jual Beli Tanpa Label Harga Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Studi Pada Rumah Makan di	Jual beli	Fokus penelitian Ahmad Syarifuddin adalah mengenai perspektif Undang-undang perlindungan konsumen dan hukum Islam terhadap jual beli tanpa label harga pada rumah makan di Kota Palangka Raya yang dalam prakteknya ada hak

	Kota Palangka Raya), 2017, Kajian Lapangan.		konsumen yang tidak terpenuhi sehingga berpeluang menimbulkan suatu kerugian. Sedangkan fokus penelitian peneliti adalah meneliti tentang pandangan hukum ekonomi syariah terkait ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya yang terkesan murah sehingga calon konsumen terjebak ingin membeli dan adanya unsur tipu daya.
4.	Arina Widda Faradis, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Penawaran Harga Jebakan di Beberapa Tempat Penjualan di Kota Yogyakarta dan Sekitarnya, 2018, Kajian Lapangan	Jual beli	Fokus penelitian Arina Widda Faradis adalah mengenai tinjauan hukum Islam terhadap strategi penawaran harga jebakan di beberapa tempat penjualan di kota Yogyakarta dan sekitarnya yang dalam prakteknya pelaku usaha dalam praktik pencantuman harga yang diterapkan, terdapat hal-hal tertentu yang menjebak dan tidak dapat diketahui secara langsung oleh calon konsumen, sehingga menimbulkan unsur tipu daya. Sedangkan fokus penelitian peneliti adalah meneliti tentang pandangan hukum ekonomi syariah terkait ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya yang terkesan murah sehingga calon konsumen terjebak ingin membeli dan adanya unsur tipu daya.

B. Kerangka Teoritik

Penelitian ini menggunakan beberapa teori yaitu teori kejujuran, penetapan harga, etika bisnis Islam, *qiya>s*. Teori kejujuran digunakan untuk menganalisis ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya dari segi

sikap para pelaku usaha (pedagang buah). Kejujuran adalah sifat yang melekat dalam diri seseorang dan merupakan hal penting untuk dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Tabrani Rusyan, arti jujur dalam bahasa Arab merupakan terjemahan dari kata *ṣiddiq* yang artinya benar, dapat dipercaya. Dengan kata lain, jujur adalah perkataan dan perbuatan sesuai dengan kebenaran. Jujur merupakan induk dari sifat-sifat terpuji (*maḥmūdah*). Jujur juga disebut dengan benar, memberikan sesuatu yang benar atau sesuai dengan kenyataan.¹³ Kejujuran adalah perhiasan orang berbudi mulia dan orang yang berilmu. Oleh sebab itu, sifat jujur sangat dianjurkan untuk dimiliki setiap umat Rasulullah SAW.¹⁴

Hal ini sesuai dengan firman Allah :

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝٥٨﴾¹⁵

Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya”.¹⁶

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۚ ٢٧﴾¹⁷

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul-Nya dan janganlah kamu mengkhianati amanah-amanah yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.¹⁸

¹³A.Tabrani Rusyan, *Pendidikan Budi Pekerti* (Jakarta: Inti Media Cipta Nusantara, 2006), 25.

¹⁴Ibid., 77.

¹⁵An-Nisa, 4: 58.

¹⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 87.

¹⁷Al-Anfal, 8: 27.

¹⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 180.

Berdasarkan dua ayat tersebut didapat pemahaman bahwa Allah memerintahkan untuk menunaikan amanah kepada ahlinya, selain dapat berlaku tidak jujur terhadap dirinya dan orang lain, adakalanya, berlaku tidak jujur juga kepada Allah dan Rasul-Nya. Maksud dari ketidakjujuran kepada Allah dan Rasul-Nya adalah tidak memenuhi perintah-Nya. Dengan demikian, sudah jelas bahwa kejujuran dalam memelihara amanah merupakan salah satu perintah Allah dan dipandang sebagai salah satu kebajikan bagi orang yang beriman.

Kemudian teori penetapan harga digunakan untuk menganalisis ilusi harga dalam penjualan buah dari segi fungsi dan cara penetapan harga oleh para pelaku usaha (pedagang buah). Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya,¹⁹ dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur). Persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek.²⁰

¹⁹Tim Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar* (Jakarta: PT. Reality Publisher, 2008), 450.

²⁰Ibid.

Harga adalah satu-satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga menjadi ukuran bagi konsumen dimana ia mengalami kesulitan dalam menilai mutu produk yang kompleks yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang dengan kualitas atau mutu yang baik maka tentunya harga tersebut mahal, sebaliknya bila yang diinginkan konsumen adalah dengan kualitas biasa-biasa saja atau tidak terlalu baik maka harganya tidak terlalu mahal.²¹

Selanjutnya teori etika bisnis Islam digunakan untuk ilusi harga dalam penjualan buah yang dilihat dari segi etika bisnis Islam dalam praktiknya. Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas, dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berhubungan guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat.

Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi

²¹Ibid., 269.

yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.²² Etika memiliki peran penting dalam dunia bisnis ketika masyarakat memahami kegiatan bisnis tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Sedangkan etika dalam Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki, dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam.²³

Maka dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, dan halal, haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

- a. Jujur dalam takaran (*quantity*)
- b. Menjual barang yang baik mutunya (*quality*)
- c. Dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*)
- d. Longgar dan bermurah hati (*tasāmuh* dan *tarāḥum*)
- e. Membangun hubungan baik (*interrelatinship*)
- f. Tertib administrasi
- g. Menetapkan harga dengan transparan

Prinsip-prinsip etika bisnis Islam tersebut menekankan agar para pelaku usaha (pedagang buah) menerapkannya dalam aktivitas bisnisnya. Kemudian teori *qiyās*, *qiya>s* adalah salah satu kegiatan

²²Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang; Walisongo Press, 2009), 22.

²³Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta; Gema Insani Press, 1997), 95.

ijtiha>d yang tidak ditegaskan dalam Al-qur'an dan Sunnah. Adapun *qiyās* dilakukan seorang *mujtahid* dengan meneliti alasan logis *illat* dari rumusan hukum itu dan setelah itu diteliti pula keberadaan *illat* yang sama pada masalah lain yang tidak termaktub dalam Al-qur'an atau Sunnah Rasulullah. Bila benar ada kesamaan *illat* nya, maka keras dugaan bahwa hukumnya juga sama. Begitulah dilakukan pada setiap praktik *qiyās*.²⁴

Rukun *Qiyās* :

- a. *Aşl* atau pokok, yaitu suatu kasus yang sudah ada ketetapan hukumnya berdasarkan *naş* Alquran atau sunnah. *Aşl* biasa disebut juga *Maqis 'alaīh* atau *Musyabbah bih* atau *Mahmul 'alaīh*.²⁵
- b. *Far'ūn* atau cabang, yaitu suatu hukum yang belum ada ketetapan hukumnya berdasarkan *naş* Al-qur'an dan sunnah yang ingin disamakan hukumnya dengan *aşl*. *Far'ūn* disebut juga *Maqis* atau *Musyabbah* atau *Mahmul ilaih*.
- c. Hukum *Aşl*, yaitu hukum *şara'* yang ditetapkan oleh *naş* pada *aşl* dan ingin ditetapkan juga pada *far'ūn*.
- d. *Illat* hukum, yaitu sifat yang menjadi dasar penetapan hukum pada *aşl* dan oleh karena sifat tersebut juga terdapat pada *far'ūn*, maka *far'ūn* disamakan hukumnya dengan *aşl*.²⁶

Syarat-Syarat *Qiyās*

²⁴Ibid.

²⁵Suwarjin, *Ushul Fiqh* (Yogyakarta: Teras, 2012), 76.

²⁶Ibid.

Untuk menetapkan hukum suatu perkara dengan *qiya>s* yang belum ada ketentuannya dalam Al-qur'an dan hadis harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:²⁷

a. Syarat-Syarat *Aşl* (Soal-Soal Pokok)

- 1) Hukum yang hendak dipilhkan untuk cabang masih ada hukum pokoknya.
- 2) Hukum yang ada dalam pokok harus hukum *syara'* bukan hukum akal atau bahasa.
- 3) Hukum pokok tidak merupakan hukum pengecualian, seperti sahnya puasa orang lupa meskipun makan dan minum.²⁸

b. Syarat-Syarat Cabang

- 1) Hukum cabang tidak lebih dulu ada daripada hukum pokok.²⁹
- 2) Cabang tidak mempunyai ketentuan tersendiri yang menurut ulama *uşul* berkata, apabila datang *naş qiya>s* menjadi batal.
- 3) *Illat* yang terdapat pada cabang harus sama dengan *illat* yang terdapat pokok.
- 4) Hukum cabang harus sama dengan hukum pokok.³⁰

c. Syarat-Syarat *Illat*

- 1) *Illat* harus tetap berlaku, manakala ada *illat*, tentu ada hukum, dan tidak ada hukum bila tidak ada *illat*.

²⁷Chaerul Uman, *Ushul Fiqh I* (Bandung: CV. Pustaka Setia,2000), 96.

²⁸Ibid., 97.

²⁹Ibid.

³⁰Ibid., 98.

- 2) *Illat* berpengaruh pada hukum, artinya hukum harus terwujud ketika terdapatnya *illat* tanpa mengganggu sesuatu yang lain.
- 3) *Illat* tidak berlawanan dengan *naş* dan apabila berlawanan maka *naş* yang didahulukan.
- 4) *Illat* harus berupa sesuatu yang jelas dan tertentu.³¹

Macam-Macam *Qiyās*

- a. Dari segi kekuatan *illat* yang terdapat pada *aşl* dan *far 'ūn*, *qiyās* dibagi menjadi tiga, yaitu:³²
 - 1) *Qiyās Aulawī*, yaitu *qiyās* dimana *illat* yang terdapat pada *far 'ūn* lebih kuat dibanding *illat* yang terdapat pada *aşl*.
 - 2) *Qiyās Musāwī*, yaitu *qiyās* dimana *illat* hukum yang terdapat pada *far 'ūn* sama kuatnya dengan *illat* yang terdapat *aşl*.
 - 3) *Qiyās Adna*, yaitu *qiyās* dimana *illat* yang terdapat daripada *far 'ūn* lebih lemah dibanding *illat* hukum yang terdapat pada *aşl*.³³
- b. Dari segi kejelasan *illat* nya, *qiyās* dibagi menjadi dua yaitu:
 - 1) *Qiyās Jal>i*, yaitu *qiyās* yang *illat* hukumnya ditetapkan di dalam *naş* bersamaan dengan penetapan hukum pada *aşl*, atau *illat* tersebut tidak ditetapkan dalam *naş* namun titik

³¹Ibid.

³²Suwarjin, *Uşul Fiqh*, 78.

³³Ibid.

perbedaan antara *aṣl* dan *far'ūn* dapat dipastikan tidak ada pengaruhnya.³⁴

- 2) *Qiyās khafī*, yaitu *qiyās* yang *illat* hukumnya tidak disebutkan dalam *naṣ*, tetapi diistinbathkan dari hukum *aṣl*, yang memungkinkan kedudukan *illat* nya besifat *zhonni*.

C. Deskripsi Teoretik

1. Ilusi Harga

a. Pengertian Ilusi Harga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ilusi, merupakan sesuatu yang hanya angan-angan, khayalan, pengamatan yang tidak sesuai dengan penginderaan, tidak dapat dipercaya, palsu. Sedangkan harga adalah jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal.³⁵ Jadi, dapat disimpulkan ilusi harga adalah pengamatan yang tidak sesuai dengan penginderaan, atau palsu tentang informasi atas suatu nilai produk barang atau jasa.

b. Bentuk-bentuk Ilusi

Ilusi terjadi dalam bermacam-macam bentuk, yaitu:

- 1) Ilusi visual (penglihatan)

³⁴Ibid.

³⁵Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia* (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada,2013), 197.

Ilusi visual merupakan satu hubungan yang terputus antara persepsi dan realitas fisik yang sebenarnya. Pada saat mengalami ilusi visual, seseorang akan seperti melihat sesuatu yang berbeda dari kenyataan fisiknya. Hal ini disebabkan karena adanya gambaran yang mengelabui penglihatan seseorang. Sehingga otak akan menafsirkan yang salah atau tidak sesuai objek sesungguhnya. Hal ini yang menjadikan salah dalam menafsirkan sesuatu karena kondisi tersebut.³⁶

2) Ilusi akustik (pendengaran)

Hubungan persepsi dan ilusi selanjutnya adalah terjadinya sebuah kesalahan antara persepsi pendengaran dengan realitas pendengaran yang sesungguhnya. Seperti contoh pada saat persepsi yang mendengar seseorang seperti memanggil nama seseorang, padahal kenyataannya tidak seperti itu. Dan seperti pernah mendengar suatu bisikan padahal bisa jadi itu hanya perasaan seseorang saja.

3) Ilusi olfaktorik (penciuman)

Hubungan selanjutnya dengan penciuman adalah dengan adanya perbedaan persepsi yang dicium dengan bau yang sebenarnya. Contohnya yaitu pada saat Anda seperti mencium bau makanan, padahal kenyataannya itu adalah bau yang lain. Atau pada saat Anda mencium bau wangi parfum, padahal

³⁶Amin, "Pengertian Ilusi", dalam <http://dosenpendidikan.co.id/pengertian-ilusi/> (28 Juli 2020).

sebetulnya itu merupakan bukan bau wangi parfum melainkan hal lain yang tercium.³⁷

4) Ilusi gustatorik (pengecapan)

Hubungan persepsi dan ilusi lainnya adalah sebuah perbedaan pengecapan yang dirasakan dengan yang sesungguhnya. Misalnya pada saat Anda mencoba coklat, kita merasakan rasa asin bukan manis. Atau pada saat Anda mencoba mencicipi rasanya gula ternyata rasanya asin atau hambar. Terkadang pada saat seseorang sedang sakit, maka indera pengecapan akan mudah terilusi, tidak dapat merasakan rasa apapun yang masuk ke dalam mulutnya dengan baik.

5) Ilusi taktil (perabaan)

Selanjutnya perbedaan yang bisa dirasakan ketika meraba melalui sebuah objek yang aslinya. Misalnya pada saat Anda seperti merasakan ada semut, padahal bukan semut melainkan serangga lainnya. Atau pada saat Anda merasa kulit Anda terbakar, padahal hal tersebut bukanlah terbakar melainkan rasa perih atau luka akibat goresan.³⁸

c. Ilusi dalam Psikologi

Pengertian psikologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku manusia, baik sebagai individu maupun

³⁷Ibid.

³⁸Ibid.

dalam hubungannya dengan lingkungannya. Tingkah laku tersebut berupa tingkah laku yang tampak maupun tidak tampak, tingkah laku yang disadari maupun yang tidak disadari.³⁹ Psikologi tidak mempelajari jiwa/mental itu secara langsung karena sifatnya yang abstrak, tetapi psikologi membatasi pada manifestasi dan ekspresi dari jiwa/mental tersebut yakni berupa tingkah laku dan proses atau kegiatannya, sehingga psikologi dapat didefinisikan sebagai ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku dan proses mental.⁴⁰

Ilusi secara umum dipahami sebagai bagian dari studi psikologi, yaitu psikologi persepsi. Psikologi persepsi kajiannya adalah tentang persepsi dari pancaindera pada organisme non-manusia dan manusia menyangkut penglihatan, pendengaran, peraba, perasa, dan pembau atau penciuman.⁴¹ Ilusi meskipun dapat terjadi pada indera lainnya, secara lebih khusus adalah bagian dari persoalan persepsi visual, indera penglihatan, mata. Dalam kehidupan sehari-hari terdapat pengalaman manusia yang dianggap sebagai ilusi.⁴² Salah satu contoh paling terkenal adalah ilusi tentang fatamorgana. Ilusi penglihatan tampak melihat air yang pada kenyataannya tidak ada, suatu peristiwa alam yang diakibatkan oleh pemanasan pada suhu tertentu di permukaan bumi.

³⁹Supardan, *Pengantar Ilmu Sosial* (Bandung: Bumi Aksara, 2007), 78.

⁴⁰Ibid.

⁴¹Ibid., 80.

⁴²Ibid.

2. Jual Beli Menurut Hukum Islam

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara etimologis berarti *al-ba'i* yang artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan yang lainnya. Kata *al-ba'i* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *alsyira'* (beli).⁴³ Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli.

Dengan demikian, perkataan jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak yang lain membeli, maka terjadilah peristiwa hukum jual beli. Berarti dalam perjanjian jual beli itu terlibat dua pihak yang saling menukar atau melakukan pertukaran. Adapun jual beli menurut terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, antara lain :

- 1) Menurut ulama Hanafiyah jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).
- 2) Menurut Imam Nawawi jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.⁴⁴
- 3) Menurut Sayyid Sabiq jual beli adalah pertukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling meridhai atau

⁴³M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 113.

⁴⁴Ibid., 115.

memindahkan hak milik disertai penggantian dengan cara yang dibolehkan.⁴⁵

Dari definisi-definisi diatas menurut penulis arti jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda (barang) yang mempunyai nilai, atas dasar kerelaan (kesepakatan) antara dua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh *syara'*.

Ketentuan *syara'* adalah jual beli tersebut dilakukan sesuai dengan persyaratan-persyaratan, rukun-rukun dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli. Maka jika syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak *syara'*, dan yang dimaksud dengan benda-benda dapat mencakup pada pengertian barang dan uang, sedangkan sifat benda tersebut harus dapat dinilai yakni benda-benda yang berharga dan dapat dibenarkan penggunaannya menurut *syara'*.⁴⁶

b. Dasar Hukum Jual Beli

Dalam *fiqh* muamalah, jual beli adalah salah satu transaksi ekonomi yang berkembang di masyarakat yang menurut para ahli *fiqh* hukumnya boleh. Pendapat ini didukung dalam kaidah *fiqh* di bidang muamalah sebagai berikut:

الأصلُ في المعاملةِ الإباحةُ إلا أن يُدُلَّ دليلٌ على تحريمها

⁴⁵Sayyid Sabiq, *Fiqh as-Sunnah* (Semarang :Toha Putra, 2012), 126.

⁴⁶Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah* (Yogyakarta, Teras, 2011), 52.

“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.⁴⁷

Maksud kaidah ini adalah bahwa dalam setiap muamalah dan transaksi pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama (*mudharabah* atau *musyarakah*), perwakilan, dan lain-lain. Kecuali yang tegas-tegas diharamkan seperti mengakibatkan kemudharatan, tipuan, judi, dan riba.⁴⁸

Adapun yang menjadi dasar hukum jual beli sebagai berikut:

1) Q.S. Al-Baqarah : 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا⁴⁹

“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.⁵⁰

2) Q.S. An-Nisa : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ⁵¹ ٢٩

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.⁵²

Tafsir Ayat:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian mengambil harta orang lain dengan cara yang tidak benar.

⁴⁷A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih* (Jakarta: Kencana, 2006), 130.

⁴⁸Ibid.

⁴⁹Al-Baqarah, 2: 275.

⁵⁰Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama, 1990),

69.

⁵¹An-Nisa, 4 : 29.

⁵²Ibid., 77.

Kalian diperbolehkan melakukan perniagaan yang berlaku secara suka sama suka. Jangan menjerumuskan diri kalian dengan melanggar perintah-perintah Tuhan. Jangan pula kalian membunuh orang lain, sebab kalian semua berasal dari satu nafs. Allah selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada kalian.⁵³

Allah SWT melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta sebagian mereka terhadap sebagian lainnya dengan bathil, yaitu dengan berbagai macam usaha yang tidak *syar'i*, seperti riba, judi dan berbagai hal serupa yang penuh tipu daya. Sekalipun pada lahiriahnya cara-cara tersebut berdasarkan keumuman hukum *syar'i*, tetapi diketahui oleh Allah dengan jelas bahwa pelakunya hendak melakukan tipu muslihat terhadap riba. Ali bun Abi Thalhah mengatakan dari Ibnu 'Abbas, ia berkata: “ketika Allah menurunkan ayat :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil”. Kaum muslimin berkata: “Sesungguhnya Allah telah melarang kita untuk memakan harta harta di antara kita dengan bathil. Sedangkan makanan adalah harta kits yang

⁵³Tafsir, *Quraish Shihab*.

paling utama, untuk itu tidak halal bagi kita makan di tempat orang lain.⁵⁴

3) Q.S. Al-Baqarah : 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِن الضَّالِّينَ ١٩٨⁵⁵

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari ‘Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy’aril haram. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.⁵⁶

c. Rukun Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh *syara'*, dalam menentukan rukun jual beli terdapat perbedaan pendapat ulama Hanafiyah dengan *jumhur* ulama. Rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu ijab kabul.⁵⁷

Ijab menurut Hanafi adalah menetapkan perbuatan khusus yang menunjukkan kerelaan yang terucap pertama kali dari perkataan salah satu pihak, baik dari penjual seperti kata *bi'tu*

⁵⁴Abdullah, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 4*, (Kairo: Pustaka Imam Asy-Syafii, 2012), 282.

⁵⁵Al-Baqarah, 2 : 198.

⁵⁶ Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahnya*, 31.

⁵⁷Ijab adalah ungkapan membeli dari pembeli, dan qabul adalah ungkapan menjual dari penjual. Menurut mereka, yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (ridha) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sulit untuk diindra sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan itu dari kedua belah pihak. Indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli menurut mereka boleh tergambar dalam ijab dan qabul, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang. Lihat buku Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 71.

(saya menjual) maupun dari pembeli seperti pembeli mendahului menyatakan kalimat, “*Saya ingin membelinya dengan harga sekian.*” Sedangkan kabul adalah apa yang dikatakan kali kedua dari salah satu pihak. Dengan demikian, ucapan yang dijadikan sandaran hukum adalah siapa yang memulai pernyataan dan menyusulnya saja, baik itu dari penjual maupun pembeli.

Namun, ijab menurut mayoritas ulama adalah pernyataan yang keluar dari orang yang memiliki barang meskipun dinyatakannya di akhir. Sementara kabul adalah pernyataan dari orang yang akan memiliki barang meskipun dinyatakan lebih awal.⁵⁸

Adapun rukun jual beli menurut *jumhur* ulama ada empat, yaitu :

- 1) Ada orang yang berakad atau *al-mutā'aqidaīn* (penjual dan pembeli);
- 2) Ijab dan kabul;
- 3) Ada barang yang dibeli;
- 4) Ada nilai tukar pengganti barang.

d. Syarat Jual Beli dan Akibatnya Terhadap Akad

Dalam akad jual beli harus disempurnakan 4 macam syarat,⁵⁹ yakni syarat *in'iqad*, syarat sah, syarat *nafadz*, dan syarat *luzum*. Tujuan adanya syarat-syarat ini adalah untuk mencegah terjadinya pertentangan, perselisihan, dan persengketaan di antara

⁵⁸Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* (Jakarta: Gema Insani, 2011), 29.

⁵⁹Ibid., 34.

pihak yang bertransaksi, serta menghindari terjadinya kemungkinan manipulasi, menghilangkan kerugian karena faktor ketidaktahuan.

1) Syarat *In'iqad*

Merupakan syarat yang harus diwujudkan dalam akad sehingga akad tersebut diperbolehkan secara *syar'i*, jika tidak lengkap, maka akad menjadi batil. Menurut madzhab Hanafi, syarat *in'iqad* terdiri 4 macam, yakni terdapat dalam *āqid* dalam akad itu sendiri, tempat terjadinya akad, dan *ma'qūd 'alaīh*.

2) Syarat Sah

Syarat sah merupakan syarat yang harus disempurnakan dalam setiap transaksi jual beli agar jual beli tersebut menjadi sah dalam pandangan *syara'*. Dalam arti, akad jual beli tersebut terbebas dari cacat (aib) yang meliputi; *Jaha>lah* (ketidaktahuan), *ikrah* (paksaan), *tauqit* (terbatas waktu), *garar*, *dlarar* (bahaya), dan syarat-syarat yang merusak.⁶⁰ Adapun penjelasan yang berkaitan dengan syarat sah jual beli itu adalah :

- a) Ketidakjelasan, adapun yang dimaksud dengan cacat ini adalah adanya ketidakjelasan yang berlebihan dalam transaksi atau menimbulkan konflik yang sulit untuk

⁶⁰Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, 54.

diselesaikan. Ketidakjelasan transaksi terbagi menjadi 4 kategori. *Pertama*, adanya ketidakjelasan bagi konsumen yang menyangkut barang dagangan, dari segi jenis, macam, jumlahnya. *Kedua*, ketidakjelasan mengenai harga. *Ketiga*, ketidakjelasan mengenai batasan waktu, seperti yang biasa terjadi pada harga yang ditangguhkan, atau pada *khiyar syarat* (boleh memilih antara meneruskan atau membatalkan transaksi dengan syarat). Dengan demikian, masa berlakunya transaksi harus jelas, sedang jika tidak jelas maka transaksi tidak sah. *Keempat*, ketidakjelasan mengenai barang jaminan untuk pembayaran yang ditunda.

- b) Pemaksaan, artinya seseorang dipaksa melakukan sesuatu. Pemaksaan ini terbagi menjadi 2 macam. *Pertama*, pemaksaan penuh yaitu orang yang dipaksa merasa dirinya terpaksa melakukan sesuatu yang dipaksakan. *Kedua*, pemaksaan tidak penuh yaitu pemaksaan yang dampak akan terjadi lebih ringan daripada pemaksaan penuh.
- c) Adanya pembatasan waktu, yaitu membatasi waktu berlakunya jual beli, seperti membatasi jual beli dengan batasan waktu setahun atau sebulan, maka transaksi ini

hukumnya tidak sah karena jual beli tidak menerima pembatasan waktu.

- d) Adanya unsur kebohongan atau spekulasi.
- e) Adanya kerusakan. Dimaksud *d}arar* (kerugian) adalah barang yang dijual tidak mungkin dapat diserahkan kecuali pelaku usahanya akan merasa rugi dari harganya. Contoh menjual sehasta pakaian yang tidak bisa dipotong-potong, dsb.
- f) Adanya syarat yang dapat membatalkan transaksi, yaitu syarat-syarat yang bertujuan untuk memenuhi kepentingan salah satu pihak pelaku transaksi, dan tidak ada ketentuannya dalam syariat dan adat, serta menyalahi ataupun sesuai isi transaksi. Misalnya, seseorang menjual mobil dengan syarat ia boleh memakainya selama sebulan setelah transaksi dilakukan, dan sebagainya.⁶¹

3) Syarat *Nafadz*

Untuk menyatakan sebuah akad bersifat *nafadz* atau *mauquf*, terdapat dua kriteria yang harus dipenuhi, yaitu :

- a) Kepemilikan dan wilayah. Objek transaksi yang akan ditasarrufkan merupakan milik murni pelaku usaha, dalam arti pelaku usaha haruslah pemilik asli dan

⁶¹Ibid., 55-57.

memiliki kemampuan penuh untuk mentransaksikannya, sedangkan wilayah bisa diartikan sebagai hak atau kewenangan seseorang yang mendapat legalitas *syar'i* untuk melakukan transaksi atas suatu objek tertentu. Artinya, orang tersebut memang merupakan pemilik asli, sehingga ia memiliki hak dan otoritas untuk melakukan transaksi.

b) Dalam objek transaksi tidak terdapat hak atau kepemilikan orang lain. Jika terdapat hak orang lain, maka akad menjadi *mauquf*. Seperti menjual barang yang digadaikan atau disewakan.⁶²

4) Syarat *Luzum*

Syarat *luzum* merupakan syarat yang akan menentukan akad jual beli bersifat *sustainable* atau tidak, yakni tidak ada ruang bagi salah satu pihak untuk melakukan pembatalan akad. Syarat *luzum* mensyaratkan terbebasnya akad dan segala macam bentuk *khiyar*, baik *khiyar* syarat, sifat, *ta'yin*, *ru'yah*, *'aib* dan lainnya. Jika dalam akad jual beli salah satu pihak memiliki hak *khiyar*, maka akad jual beli tidak bisa dijamin akan *sustainable*,

⁶²Ibid., 77.

suatu saat akad tersebut bisa dibatalkan oleh pihak yang memiliki hak *khiyar*.⁶³

Adapun syarat-syarat jual beli sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan *jumhur* ulama sebagai berikut :

1) Syarat-syarat orang yang berakad

Para ulama *fiqh* sepakat bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus memenuhi syarat, yaitu :

- a) Berakal sehat, oleh sebab itu seorang penjual dan pembeli harus memiliki akal yang sehat agar dapat meakukan transaksi jual beli dengan keadaan sadar. Jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila, hukumnya tidak sah.
- b) Atas dasar suka sama suka, yaitu kehendak sendiri dan tidak dipaksa pihak manapun.
- c) Yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda, maksudnya seorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli.

2) Syarat yang terkait dalam ijab kabul

- a) Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal.
- b) Kabul sesuai dengan ijab. Apabila antara ijab dan kabul tidak sesuai maka jual beli tidak sah.

⁶³Ibid., 58.

- c) Ijab dan kabul dilakukan dalam satu majelis. Maksudnya kedua belah pihak yang melakukan jual beli hadir dan membicarakan topik yang sama.⁶⁴

3. Akad

a. Pengertian Akad

Secara linguistik, akad memiliki makna “*ar-rabtu*” yang berarti menghubungkan atau mengaitkan, mengikat antara beberapa ujung sesuatu. Dalam arti luas, akad dapat diartikan sebagai ikatan antara beberapa pihak. Makna linguistik ini lebih dekat dengan makna istilah *fiqh* yang bersifat umum, yakni keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu, baik keinginan tersebut bersifat pribadi ataupun terkait dengan keinginan pihak lain untuk mewujudkannya, seperti jual beli, sewa menyewa, dan lainnya.

Menurut istilah akad memiliki makna khusus. Akad adalah hubungan keterkaitan antara ijab dan kabul atau diskursus yang dibenarkan oleh *syara'* dan memiliki implikasi hukum tertentu. Dengan ungkapan lain, akad merupakan keterkaitan antara keinginan statement kedua pihak yang dibenarkan oleh *syara'* dan akan menimbulkan implikasi hukum tertentu.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (KHES), pengertian akad juga diatur secara definitif. Pengertian akad

⁶⁴Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta : Gaya Media Pratama, 2007), 9.

tersebut dalam KHES didefinisikan sebagai kesepakatan antara dua pihak atau lebih untuk melakukan dan atau tidak melakukan perbuatan hukum tertentu.⁶⁵

Para ahli Hukum Islam (*jumhur* ulama) memberikan definisi akad sebagai “pertalian antara ijab dan kabul yang dibenarkan oleh *syara'* yang menimbulkan akibat hukum terhadap objeknya”. Abdoerraoef mengemukakan terjadinya suatu perikatan (*al-'aqdu*) melalui tiga tahap, yaitu sebagai berikut :

- 1) *Al 'ah}du* (perjanjian), yaitu pernyataan dari seseorang untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu dan tidak ada sangkut pautnya dengan kemauan orang lain. Janji ini mengikat orang yang menyatakannya untuk melaksanakan janjinya tersebut, seperti yang difirmankan oleh Allah SWT.

بَلَىٰ مَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ وَاتَّقَىٰ فَإِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ ٧٦

(Bukan demikian), sebenarnya siapa yang menepati janji (yang dibuat)nya dan bertakwa, maka sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa.⁶⁷

- 2) Persetujuan, pernyataan setuju dari pihak kedua untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu sebagai reaksi terhadap janji yang dinyatakan oleh pihak pertama. Persetujuan tersebut harus sesuai dengan janji pihak pertama.
- 3) Apabila dua buah janji dilaksanakan maksudnya oleh para pihak, maka terjadilah apa yang dinamakan “*aqdu*” oleh Al-

⁶⁵Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta : Kencana, 2013), 51.

⁶⁶Al-Imran, 3 : 76.

⁶⁷Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahnya*, 59.

Qur'an yang terdapat dalam Q.S Al-Maidah :1. Maka, yang mengikatkan masing-masing pihak sesudah pelaksanaan perjanjian itu bukan lagi perjanjian atau 'ahdu tetapi 'aqdu.⁶⁸

Ijab dan kabul merupakan ucapan atau tindakan yang mencerminkan kerelaan dan keridhoan kedua belah pihak untuk melakukan kontrak/kesepakatan. Akad yang dilakukan harus berpijak pada diskursus yang dibenarkan oleh *syara'*.⁶⁹ Secara terminologi *fiqh*, akad didefinisikan dengan :⁷⁰

- 4) "Pertalian ijab (pernyataan melakukan ikatan) dan kabul (pernyataan penerimaan ikatan) sesuai dengan kehendak syariat⁷¹ yang berpengaruh kepada objek perikatan".⁷²

b. Rukun Akad

Akad terbentuk karena adanya unsur-unsur atau rukun-rukun yang membentuknya. Menurut ahli-ahli hukum Islam kontemporer, rukun yang membentuk akad itu ada empat, yaitu:

- 1) Para pihak yang membuat akad (*al- aqidaīn*),
- 2) Pernyataan kehendak para pihak (*sigatul-aqd*),

⁶⁸Ibid., 53.

⁶⁹Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010), 47.

⁷⁰Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, 50.

⁷¹Pencantuman kata-kata yang "sesuai dengan kehendak syariat" maksudnya bahwa seluruh perikatan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih tidak dianggap sah apabila tidak sejalan dengan kehendak *syara'*. Misalnya, kesepakatan untuk melakukan transaksi riba, menipu orang lain, atau merampok kekayaan orang lain. Lihat Ibid.,51.

⁷²Pencantuman kata "berpengaruh pada objek perikatan" maksudnya adalah terjadinya perpindahan kepemilikan dari satu pihak (yang melakukan ijab) kepada pihak yang lain (yang menyatakan kabul) Lihat Ibid., 51.

- 3) Objek akad (*mahallul-aqd*),
- 4) Tujuan akad (*maudhu al-aqd*).⁷³

Rukun yang disebutkan diatas harus ada untuk terjadinya akad. Dalam kaitan ini perlu dicatat bahwa sesungguhnya para ahli hukum Islam sepakat bahwa rukun adalah unsur yang membentuk substansi sesuatu. Akan tetapi, ketika pengertian itu diterapkan secara nyata kepada akad, terjadi perbedaan tentang unsur mana saja yang merupakan bagian yang membentuk akad. Apakah para pihak dan objek akad yang merupakan suatu unsur luar dari akad merupakan rukun. Dalam hal ini *jumhur* ulama ahli hukum Islam memandang demikian.⁷⁴

Bagi mazhab Hanafi yang dimaksud dengan rukun akad adalah unsur-unsur pokok yang membentuk akad. Akad sendiri adalah pertemuan kehendak para pihak dan kehendak itu diungkapkan melalui pernyataan kehendak yang berupa ucapan atau bentuk ungkapan lain dari masing-masing pihak. Oleh karena itu, unsur pokok yang membentuk akad itu hanyalah pernyataan kehendak masing-masing pihak berupa ijab dan kabul. Adapun para pihak dan objek akad adalah suatu unsur luar, tidak merupakan esensi akad, dan karena itu bukan rukun akad. Namun, mazhab ini mengakui bahwa unsur para

⁷³Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, 95-96.

⁷⁴Ibid., 96.

pihak dan objek akad itu harus ada untuk terbentuknya akad. Tetapi unsur-unsur ini berada diluar akad, sehingga tidak dinamakan rukun. Rukun hanyalah substansi internal yang membentuk akad, yaitu ijab dan kabul saja.⁷⁵

Ahli hukum Islam modern, Az-Zarqa' menggabungkan kedua pandangan itu dengan mengatakan bahwa keempat unsur yang disebutkan diatas dinamakan unsur akad dan salah satu unsur akad itu adalah rukun akad, yaitu ijab dan kabul. Jadi Az-Zarqa' menyebutkan empat unsur akad, yaitu : para pihak, objek akad, tujuan akad, dan rukun akad. Dengan demikian, maka yang dimaksudnya dengan rukun akad adalah pernyataan kehendak para pihak, yaitu ijab dan kabul.⁷⁶

c. Syarat Terbentuknya Akad (*Syuruth Al-In'Iqad*)

Dalam hukum Islam, syarat-syarat dimaksud dinamakan syarat-syarat terbentuknya akad (*syuruth al-in'iqad*). Rukun pertama, yaitu para pihak, harus memenuhi dua syarat terbentuknya akad, yaitu tamyiz, berbilang (*at-ta'addud*). Rukun kedua yaitu pernyataan kehendak, harus memenuhi dua syarat juga, yaitu adanya persesuaian ijab dan kabul, dengan kata lain tercapainya kata sepakat, dan kesatuan majelis akad. Rukun ketiga, yaitu objek akad, harus memenuhi tiga syarat, yaitu objek itu dapat diserahkan, tertentu atau dapat ditentukan dan, objek itu

⁷⁵Ibid., 97.

⁷⁶Ibid.

dapat ditransaksikan. Rukun keempat memerlukan satu syarat, yaitu tidak bertentangan dengan syarak.⁷⁷

Syarat-syarat yang terkait dengan rukun akad ini disebut syarat terbentuknya akad (*syuruth al-in'iqad*). Jumlahnya, seperti terlihat dari apa yang dikemukakan diatas, ada delapan, macam yaitu:

- a) Tamyiz,
- b) Berbilang pihak (*at-ta'adud*),
- c) Persesuaian ijab dan kabul (kesepakatan),
- d) Kesatuan majelis akad,
- e) Objek akad dapat diserahkan,
- f) Objek akad tertentu atau dapat ditentukan,
- g) Objek akad dapat ditransaksikan (artinya berupa benda bernilai dan dimiliki/*mutaqawwin* dan *mamluk*).
- h) Tujuan akad tidak bertentangan dengan syara

Kedelapan syarat ini beserta rukun akad yang disebutkan terdahulu dinamakan pokok (*al-aşl*). Apabila pokok ini tidak terpenuhi maka tidak terjadi akad dalam pengertian bahwa akad tidak memiliki wujud yuridis *şar'i* apapun. Akad semacam ini disebut akad batil. Ahli-ahli hukum Hanafi mendefinisikan akad batil sebagai akad yang menurut syarak tidak sah pokoknya, yaitu tidak terpenuhi rukun dan syarat terbentuknya. Apabila rukun dan

⁷⁷Ibid., 97-98.

syarat terbentuknya akad telah terpenuhi, maka akad sudah dibentuk.⁷⁸

d. Syarat-Syarat Keabsahan Akad (*Syuruth Ash-Shibbah*)

Untuk sahnya suatu akad, maka rukun dan syarat terbentuknya akad tersebut memerlukan unsur-unsur penyempurna ini disebut syarat keabsahan akad. Syarat keabsahan ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu syarat-syarat keabsahan umum yang berlaku terhadap semua akad atau paling tidak berlaku terhadap kebanyakan akad, dan syarat-syarat keabsahan khusus yang berlaku bagi masing-masing aneka akad khusus.⁷⁹

Rukun pertama, yaitu para pihak dengan dua syarat terbentuknya, yaitu tamyiz dan berbilang pihak, tidak memerlukan sifat penyempurna. Rukun kedua, yaitu pernyataan kehendak, dengan kedua syaratnya, juga tidak memerlukan sifat penyempurna. Namun menurut *jumhur* ahli hukum Islam syarat kedua dari rukun kedua ini memerlukan penyempurna, yaitu persetujuan ijab dan kabul itu harus dicapai secara bebas tanpa paksaan. Bilamana terjadi dengan paksaan, maka akadnya *fāsid*. Akan tetapi, ahli hukum Hanafi, Zufar, berpendapat bahwa bebas dari paksaan bukan syarat keabsahan, melainkan adalah syarat berlakunya akibat hukum (*syarat an-nafadz*). Artinya, menurut

⁷⁸Ibid., 99.

⁷⁹Ibid.

Zufar, akad yang dibuat dengan paksaan adalah sah, hanya saja akibat hukumnya belum dapat dilaksanakan (masih tergantung, *mauquf*), menunggu ratifikasi dari pihak yang dipaksa apabila paksaan tersebut telah berlalu.⁸⁰

Rukun ketiga, yaitu objek akad, dengan ketiga syaratnya memerlukan sifat-sifat sebagai unsur penyempurna. Syarat “dapat diserahkan” memerlukan unsur penyempurna, yaitu bahwa penyerahan itu tidak menimbulkan kerugian (*dharar*) dan apabila menimbulkan kerugian, maka akadnya *fāsid*. Syarat “objek harus tertentu” memerlukan kualifikasi penyempurna, yaitu tidak boleh mengandung unsur *garar*, dan apabila mengandung unsur *garar* akadnya menjadi *fa>sid*. Begitu pula syarat “objek harus dapat ditransaksikan” memerlukan unsur penyempurna, yaitu harus bebas dari syarat *fāsid* dan bagi akad atas beban harus bebas dari *riba*.⁸¹

Dengan demikian, secara keseluruhan ada empat sebab yang menjadikan *fāsid* suatu akad meskipun telah memenuhi rukun dan syarat terbentuknya, yaitu: penyerahan yang menimbulkan kerugian, *garar*, syarat-syarat *fāsid*, dan *riba*. Bebas dari keempat faktor ini merupakan syarat keabsahan akad. Akad yang telah memenuhi rukunnya, syarat terbentuknya dan syarat keabsahannya dinyatakan sebagai akad yang sah. Apabila

⁸⁰Ibid., 100.

⁸¹Ibid.

syarat-syarat keabsahan yang empat ini tidak terpenuhi, meskipun rukun dan syarat terbentuknya akad telah dipenuhi, akad tidak sah. Akad ini disebut akad *fāsid*.⁸²

e. Syarat Berlakunya Akibat Hukum (*Syuruth An-Nafadz*)

Apabila telah memenuhi rukun-rukunnya, syarat-syarat terbentuknya, dan syarat-syarat keabsahannya, maka suatu akad dinyatakan sah. Akan tetapi, meskipun sudah sah, ada kemungkinan bahwa akibat-akibat hukum akad tersebut belum dapat dilaksanakan. Akad yang belum dapat dilaksanakan akibat hukumnya itu, meskipun sudah sah, disebut akad *mauquf* (terhenti/tergantung). Untuk dapat dilaksanakan akibat hukumnya, akad yang sudah sah itu harus memenuhi dua syarat berlakunya akibat hukum, yaitu: adanya kewenangan sempurna atas objek akad, dan adanya kewenangan atas tindakan hukum yang dilakukan.⁸³

Akad yang sah yaitu yang telah memenuhi rukun, syarat terbentuknya dan syarat keabsahannya dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

- 1) Akad *mauquf*, akad yang sah, tetapi belum dapat dilaksanakan akibat hukumnya karena belum memenuhi syarat berlakunya akibat hukum.

⁸²Ibid., 100.

⁸³Ibid., 102.

2) Akad *nafiz*, yaitu akad yang sah dan dapat dilaksanakan akibat hukumnya karena telah memenuhi syarat berlakunya akibat hukum.⁸⁴

f. Syarat Mengikatnya Akad (*Syarthul Luzum*)

Pada dasarnya, akad yang telah memenuhi rukunnya, serta syarat terbentuknya, syarat keabsahannya dan syarat berlakunya akibat hukum yang karena itu akad tersebut sah dan dapat dilaksanakan akibat hukumnya adalah mengikat para pihak dan tidak boleh salah satu pihak menarik kembali persetujuannya secara sepihak tanpa kesepakatan pihak lain. Namun ada beberapa akad yang menyimpang dari asas ini dan tidak serta merta mengikat, meskipun rukun dan semua syaratnya telah dipenuhi.⁸⁵

Hal ini disebabkan oleh sifat akad itu sendiri atau oleh adanya hak *khiyar*.⁸⁶ Dilain pihak, akad-akad yang didalamnya terdapat salah satu jenis *khiyar* juga tidak mengikat. Akad itu mengikat apabila didalamnya tidak lagi ada hak *khiyar*. Bebas dari *khiyar* inilah yang disebut syarat mengikatnya akad (*syarthul luzum*).⁸⁷

⁸⁴Ibid., 103.

⁸⁵Ibid., 104.

⁸⁶Hak *khiyar* adalah hak opsi untuk meneruskan atau membatalkan perjanjian secara sepihak pada salah satu pihak. Lihat Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, 104.

⁸⁷Ibid., 105.

4. Konsep *Gasyisyi*

Gasyisyi merupakan suatu tindakan penipuan dan kecurangan yang dilakukan oleh penjual untuk meraih keuntungan yang lebih besar. Dalam hal ini, penjual melanggar syariat Islam karena melakukan kezaliman terhadap masyarakat banyak baik secara langsung maupun tidak langsung. Contoh dari praktik *gasyisyi* yaitu penjual yang menampilkan produk yang tidak sesuai dengan hakikatnya atau menyembunyikan cacat barang tanpa memberikan informasi kepada pembeli.⁸⁸

Menurut *jumhur* ulama, makna *gasyisyi* adalah menyembunyikan cacat yang ada pada barang sehingga berpengaruh pada harganya. Praktik *gasyisyi* (penipuan) tersebut bisa berbentuk perbuatan, ucapan, dan menyembunyikan cacat pada barang:

- a. Contoh bentuk perbuatan, seperti mengikat pentil susu hewan agar tampak isinya banyak.
- b. Contoh bentuk ucapan, seperti penjual berbohong kepada pembeli mengenai keberadaan kualitas barang yang diperjualbelikan.
- c. Contoh bentuk menyembunyikan cacat pada barang, seperti menjual kain yang sobek, yang tidak diketahui oleh pembeli.⁸⁹

5. Harga

- a. Pengertian Harga

⁸⁸Erwin Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (Bogor: PT. Berkah Mulia Insani, 2016), 239.

⁸⁹Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, 140.

Dalam menafsirkan konsep tentang harga tentu mempunyai banyak penafsiran, menurut Kotler pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya.⁹⁰ Seperti yang diungkapkan oleh Kotler, bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place* dan *Promotion*). Harga bagi suatu usaha/badan usaha menghasilkan pendapatan (*income*), adapun unsur-unsur bauran pemasaran lainnya yaitu *product* (produk), *place* (tempat/saluran) dan *promotion* (promosi) menimbulkan biaya atau beban yang harus ditanggung oleh suatu usaha/badan usaha.

Kalau harga merupakan pendapatan bagi pengusaha maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dari konsumen tersebut. Bagi pengusaha/pedagang, harga paling mudah disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan elemen yang lain seperti *product, place* dan *promotion* memerlukan waktu yang lebih lama dan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, karena harga dapat memberikan penjelasan kepada

⁹⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 67.

konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut.⁹¹

Ada beberapa pengertian mengenai harga, yaitu sebagai berikut:

1) Menurut Michael J. Etzel

Harga adalah nilai yang disebutkan dalam mata uang (dolar) atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar. Di dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain. Sedangkan kegunaan adalah atribut dari sebuah item yang memberikan tingkat kepuasan tertentu pada konsumen.⁹²

2) Menurut Indriyo Gitusudarmo

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk tertentu atau kombinasi antara barang dan jasa. Harga sebenarnya bukanlah hanya diperuntukkan bagi suatu produk yang sedang diperjualbelikan di pasar saja tetapi juga berlaku untuk produk-produk yang lain. Misalkan rumah yang disewakan

⁹¹Muhammad Birusman Nuryadin, "Harga Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. IV, No 1 (Februari 2013), 86.

⁹²Danang Sunyoto, *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis* (Jakarta: CAPS, 2013), 177.

atau dikontrakkan, konsultan, akuntan publik, pengacara, dokter melalui tarif yang ditentukan.⁹³

3) Menurut Kotler

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, harga seringkali ditetapkan oleh manajemen puncak. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer lini produk. Bahkan dalam perusahaan-perusahaan ini, manajemen puncak menyusun tujuan dan kebijakan tentang penetapan harga umum dan seringkali menyetujui harga yang diusulkan oleh manajemen peringkat bawah.⁹⁴

b. Fungsi Harga

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi:

- 1) Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.⁹⁵

⁹³Ibid.

⁹⁴Ibid., 178.

⁹⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 151.

2) Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.⁹⁶

Banyak ekonom mengasumsikan bahwa para konsumen adalah penerima harga dan menerima harga pada saat pertama konsumen menerimanya lalu mereka menyadari apakah hal itu relevan atau tidak. Lalu keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen.⁹⁷

c. Cara Menetapkan Harga

Dalam menetapkan harga, ada berbagai macam metode yang dapat digunakan. Penetapan harga biasanya dilakukan untuk menambah nilai atau besarnya biaya produksi yang diperhitungkan terhadap biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memproses barang ataupun jasa. Dalam menetapkan harga jual suatu produk, suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai pihak seperti konsumen akhir, penyalur, pesaing, penyuplai dana, para pekerja, dan pemerintah. Karena tingkat harga tidak terlepas dari daya beli konsumen, reaksi para

⁹⁶Ibid.

⁹⁷Ibid.

pesaing, jenis produk dan elastisitas permintaan serta tingkat keuntungan perusahaan.⁹⁸

Kotler menyebutkan beberapa rincian pada prosedur enam langkah dalam menetapkan harga.⁹⁹

1) Memilih Tujuan Dalam Penetapan Harga

Pada awalnya perusahaan harus memosisikan penawaran pada pasar, karena semakin jelas tujuan perusahaan maka semakin mudah perusahaan menetapkan harga. Tujuan tersebut adalah :

a) Kemampuan Bertahan

Tujuan ini digunakan saat perusahaan mengalami kondisi yang mendesak seperti kelebihan kapasitas, persaingan ketat dan keinginan konsumen yang berubah. Selama harga menutupi biaya variabel dan beberapa biaya tetap dalam hal ini keuntungan tidak begitu terlihat menonjol demi bertahan dalam menghadapi kepunahan.¹⁰⁰

b) Laba Saat Ini Maksimum

Biasanya perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba saat ini. Mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga

⁹⁸Winardi, *Ekonomi Manajerial* (Jakarta: Mandar Maju, 2001), 326.

⁹⁹Ibid.

¹⁰⁰Ibid.

alternatif dan memilih harga yang menghasilkan harga saat ini.¹⁰¹

c) Pangsa Pasar Maksimum

Dengan memaksimalkan pangsa pasar, maka akan semakin tinggi volume penjualan, biaya unit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi.

d) Kepemimpinan Kualitas Produk

Perusahaan berusaha menjadi pemimpin kualitas produk di pasar dengan mengedepankan merek “kemewahan terjangkau” produk dan jasa yang ditentukan oleh tingkat kualitas anggapan, selera, dan status yang tinggi dengan harga yang dapat dijangkau konsumen.¹⁰²

e) Tujuan Lain

Apapun tujuan khususnya, bisnis yang menggunakan harga sebagai alat strategis akan menghasilkan lebih banyak laba dibandingkan bisnis yang hanya harga atau pasar menentukan penetapan harga mereka.¹⁰³

2) Menentukan Permintaan

Umumnya permintaan berhubungan terbalik atau semakin tinggi harga maka akan semakin rendah permintaan.

Kadang konsumen menerima harga mahal untuk

¹⁰¹Ibid., 327.

¹⁰²Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, 153.

¹⁰³Ibid.

mengindikasikan produk yang lebih baik, meskipun jika harga terlalu tinggi, tingkat permintaan mungkin akan turun.¹⁰⁴

a) Sensitifitas Harga

Memperkirakan permintaan untuk memahami apa yang mempengaruhi sensitifitas harga. Biasanya pelanggan tidak terlalu sensitif terhadap harga barang murah atau harga yang mereka beli.

b) Memperkirakan Kurva Permintaan

Sebagian besar perusahaan berusaha mengukur kurva permintaan mereka dengan menggunakan metode yang berbeda.

c) Survei

Mengeksplorasi berapa banyak unit yang akan dibeli konsumen pada berbagai harga yang diajukan.¹⁰⁵

d) Eksperimen Harga

Memvariasikan harga berbagai produk di toko atau mengenakan harga yang berbeda untuk produk yang sama di wilayah yang serupa untuk melihat bagaimana perusahaan itu mempengaruhi penjualan.

e) Analisis Statistik

Harga masa lalu, jumlah yang terjual, dan faktor-faktor lain dapat mengungkapkan data. Data yang bersifat

¹⁰⁴Ibid.

¹⁰⁵Ibid., 154.

longitudinal (sepanjang waktu) atau lintas bagian (dari berbagai lokasi pada waktu yang sama).¹⁰⁶

f) Elastisitas Harga Permintaan

Pemasar harus tahu seberapa responsive, atau elastis permintaan akan mengubah harga. Jika permintaan sulit berubah dengan sedikit perubahan harga, maka permintaan tersebut bersifat inelastis. Jika permintaan itu berubah banyak, maka permintaan tersebut bersifat elastis. Semakin tinggi elastisitas, semakin besar pertumbuhan volume yang dihasilkan dan pengurangan harga sebesar 1%. Jika permintaan itu elastis, penjual akan mempertimbangkan untuk menurunkan harga.¹⁰⁷

3) Memperkirakan Biaya

Permintaan menetapkan batas atas harga yang dapat dikenakan perusahaan untuk memproduksinya. Karena perusahaan ingin mengenakan harga yang dapat menutupi biaya produksi, distribusi, penjualan termasuk tingkat pengembalian yang wajar untuk usaha dan risikonya. Tetapi ketika perusahaan menetapkan harga produk yang dapat menutupi biaya penuh mereka, profitabilitas tidak selalu menjadi hasil akhirnya.¹⁰⁸

4) Menganalisis Biaya, Harga, dan Penawaran Pesaing

¹⁰⁶Ibid.

¹⁰⁷Ibid.

¹⁰⁸Ibid.

Pengenalan harga baru perubahan harga lama dapat memprovokasi respons dari pelanggan, pesaing, distributor bahkan pemerintah. Salah satu cara untuk mengasumsikan pesaing bereaksi dalam cara standar terhadap harga standar terhadap harga yang ditetapkan atau diubah. Sekarang perusahaan harus meneliti situasi keuangan saat ini, penjualan terbaru, pasar, pesaing, akan menyesuaikan diri dengan perubahan harga.¹⁰⁹



¹⁰⁹Ibid.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu & Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Alokasi waktu yang digunakan untuk meneliti tentang “Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah)” ini dilaksanakan selama 12 (dua belas) bulan dari diterimanya judul penelitian setelah itu penyelenggaraan seminar dan mendapat izin penelitian hingga munaqasah skripsi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, yaitu dari bulan Juli 2019 sampai dengan bulan Juli 2020.

Adapun tabel matriks sebagai berikut:

Tabel 2:
Alokasi Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Jul-Des 2019	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Perencanaan								
	Penerimaan Judul Proposal	■							
	Penyusunan Proposal		■	■					
	Seminar Proposal			■					
	Revisi Proposal					■			
2.	Pelaksanaan								
	Pengumpulan Data dan				■	■	■	■	

	Analisis Data								
3.	Pelaporan								■

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian adalah tempat dilakukannya penelitian, dalam penelitian ini peneliti memilih kota Palangka Raya sebagai tempat penelitian, tepatnya di jalan Cilik Riwut dan G.Obos dengan berbagai pertimbangan sebagai berikut:

- a. Tema dan permasalahan dalam penelitian ini ada ditemukan tepatnya di jalan Cilik Riwut dan G.Obos kota Palangka Raya.
- b. Data yang diperlukan memungkinkan untuk digali secara komprehensif karena melibatkan subjek penelitian secara langsung.
- c. Kota Palangka Raya tempat yang strategis untuk melaksanakan penelitian terkait judul penelitian.

B. Jenis Penelitian

Dilihat dari fokus kajiannya, penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Lebih spesifik jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis empiris/sosio legal, sosio legal adalah sebuah studi yang melihat hukum melalui penggabungan antara analisa normatif (norma-norma hukum , yuridis) dan pendekatan ilmu non-hukum. Penelitian yuridis empiris yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan (*fact-finding*), setelah data

yang dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah (*problemidentification*) yang pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah (*problemsolution*).¹¹⁰ Kaitannya dalam penelitian ini ialah peneliti hendak mengetahui hukum dari ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya.

C. Pendekatan Penelitian

Di dalam penelitian hukum terdapat beberapa pendekatan. Dengan pendekatan tersebut, penulis akan mendapatkan informasi dari berbagai aspek mengenai isu yang sedang dicoba untuk dicari jawabannya.¹¹¹ Metode pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan historis, pendekatan *uṣūl fiqh*, dan pendekatan *fiqh*.

Pendekatan historis (*historical approach*) dilakukan dengan menelaah latar belakang apa yang dipelajari dan perkembangan pengaturan mengenai isu yang dihadapi. Telaah demikian diperlukan oleh peneliti manakala peneliti memang ingin mengungkap filosofi dan pola pikir yang melahirkan sesuatu yang sedang dipelajari. Pendekatan historis ini diperlukan jika memang peneliti menganggap bahwa pengungkapan filosofis dan pola pikir ketika sesuatu yang dipelajari itu dilahirkan memang mempunyai relevansi dengan masa kini.¹¹² Dalam pendekatan historis ini peneliti mengungkap bagaimana alasan adanya ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya. Adapun dengan pendekatan *fiqh* peneliti ingin memahami fenomena

¹¹⁰Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek* (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), 16.

¹¹¹Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005), 133.

¹¹²*Ibid.*, 134-135.

ilusi harga dalam jual beli buah berdasarkan dalil-dalil Al-qur'an, hadist *qiyās* dalam kajian *fiqh* muamalah.

D. Objek dan Subjek Penelitian

Objek merupakan titik perhatian dari suatu penelitian, titik perhatian tersebut berupa substansi permasalahan, atau fenomena yang terjadi di lapangan. Objek dalam penelitian ini adalah Ilusi Harga dalam Penjualan Buah.

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian, yaitu yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti.¹¹³ Subjek penelitian adalah orang yang diamati sebagai sasaran peneliti. dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah pelaku usaha sebagai responden ilusi harga dalam penjualan buah dan konsumen sebagai informan yang pernah membeli buah dengan harga yang diilusikan oleh pedagang buah tersebut.

E. Teknik Penentuan Subjek

Subjek dalam penelitian ini dipilih secara *purposive sampling* dengan karakteristik atau kriteria-kriteria yang peneliti tetapkan, antara lain:

1. Pelaku usaha (pedagang buah), beragama Islam.
2. Pelaku usaha (pedagang buah), yang melakukan ilusi harga dalam penjualan buah dan minimal lama berjualan 1 tahun.
3. Pelaku usaha (pedagang buah), yang di pinggir jalan, yang berada di pinggir jalan Cilik Riwut dan G.Obos kota Palangka Raya.

¹¹³Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, Cet. keI, 1998), 34.

4. Pelaku usaha (pedagang buah), yang mencantumkan bentuk dan macam-macam tulisan harga buah.

Adapun alasan peneliti memilih kriteria subjek di atas karena subjek sebagai pelaku usaha (pedagang buah) yang melakukan ilusi harga dalam penjualannya. Dimana peneliti memilih lokasi pedagang buah yang berjualan di pinggir jalan Cilik Riwut dan jalan G.Obos kota Palangka Raya. Dalam penelitian ini peneliti juga menggali informasi tambahan dari tiga orang informan penelitian yang berinisial IM, SW, dan MZ yakni konsumen yang pernah merasa tertipu dengan ilusi harga dalam penjualan buah di pinggir jalan.

Kemudian jumlah subjek masing-masing berjumlah 3 (tiga) orang yang berjualan di pinggir jalan Cilik Riwut dan jalan G.Obos kota Palangka Raya, dengan metode *snowball sampling*.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data¹¹⁴ maka seorang penulis juga bertindak sebagai peneliti akan mendapatkan data yang akurat karena dilakukan dengan mengumpulkan sumber data primer dan sumber data sekunder yang disesuaikan dengan pendekatan penelitian.

Teknik pengumpulan data berkaitan dengan mekanisme yang harus dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data yang merupakan langkah strategi dalam penelitian karena tujuan penelitian adalah mendapatkan data.

¹¹⁴Pengumpulan data adalah dengan observasi dan wawancara yang mendalam dengan menggunakan pedoman *interview* wawancara yang sudah dikembangkan sesuai kondisi di lapangan serta penulis sebagai peneliti sendirilah nantinya sebagai instrumen utamanya. Lihat Sabian Utsman, *Metodologi Penelitian Hukum Progesif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 107-108.

Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data dan mekanismenya, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun teknik dan mekanisme pengumpulan data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini, antara lain:¹¹⁵

1. Wawancara

Wawancara adalah situasi peran antara pewawancara dengan responden yang bertemu langsung bertatap muka.¹¹⁶ Menurut S. Nasution wawancara atau *interview* adalah suatu bentuk komunikasi verbal, jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Dalam wawancara peneliti menerima informasi yang diberikan oleh subjek dan informan tanpa membantah, mengecam, menyetujui atau tidak menyetujuinya.

Dengan wawancara peneliti bertujuan untuk memperoleh data yang dapat diolah untuk memperoleh generalisasi atau hal-hal yang bersifat umum yang menunjukkan kesamaan dengan situasi-situasi lain. Sekalipun keterangan yang diberikan oleh informan bersifat pribadi dan subyektif, tujuan bagi penulis adalah menemukan prinsip yang lebih obyektif.¹¹⁷

¹¹⁵Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, (Bandung : CV Pustaka Setia, 2014), 201.

¹¹⁶Amiruddin, *Pengantar Metodologi Hukum*, 82.

¹¹⁷S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (jakarta: PT. Bumi Aksara, Cet. ke-VII, 2004), 113.

Wawancara terbagi atas dua jenis yakni wawancara terstruktur¹¹⁸ dan wawancara tidak terstruktur.¹¹⁹ Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur atau terpimpin, dalam wawancara ini penulis menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan.¹²⁰

Adapun untuk mengungkap bagaimana ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya, hal-hal yang menjadi pertanyaan dalam wawancara pada penelitian ini adalah mengenai :

- a. Faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya.
 - 1) Ilusi harga dalam penjualan buah yang dilakukan
 - 2) Alasan melakukan ilusi harga dalam penjualan buah.
 - 3) Penentuan harga dalam penjualan buah.
 - 4) Pemahaman pedagang buah bahwa dalam jual beli harus adanya transparansi harga dan kejujuran.
- b. Praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya.
 - 1) Bentuk dan macam-macam tempat tulisan dalam ilusi harga buah yang dibuat.

¹¹⁸Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Lihat: Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet. 34, 2015), 190.

¹¹⁹Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang berbeda dengan yang terstruktur. Dalam wawancara tak terstruktur biasanya pertanyaan tidak disusun terlebih dahulu, terkadang disesuaikan dengan keadaan dan ciri yang unik dari responden. Pelaksanaan tanya jawab mengalir seperti percakapan sehari-hari. Wawancara tak terstruktur biasanya dilakukan pada keadaan yang diantaranya: bila pewawancara berhubungan dengan orang penting, atau bila pewawancara menyelenggarakan kegiatan yang bersifat penemuan. *Ibid.*, 191.

¹²⁰Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*; (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, Cet. 2, 2003), 109.

- 2) Cara menjelaskan kepada konsumen mengenai harga buah.
- 3) Konsumen yang protes terhadap penjualan buah
- 4) Konsumen yang membatalkan membeli buah.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan penelitian melalui penggunaan panca indra. Metode inilah salah satu yang digunakan oleh peneliti sebagai metode pengumpulan data.¹²¹ Semua kejadian dan fenomena di alam semesta mempunyai alasan dibelakangnya, dan alasan dilakukannya penelitian adalah untuk memahami dan mengevaluasi mengapa hal tersebut dapat terjadi. Sesederhana apapun suatu fenomena atau kejadian ada jawaban yang intuitif dan logis.¹²²

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi sebagian (*partical participation*) yang merupakan teknik pengumpulan data yang paling lazim dipakai dalam penelitian kualitatif. Peneliti hanya mengambil sebagian yang dianggap perlu untuk dilakukan pengamatan. Pada bagian tertentu tugas pengumpul data melalui observasi ini perhatiannya disentralkan pada pokok obyeknya.¹²³

Pada buku yang berjudul Metodologi Penelitian Kualitatif, Lexy J.

¹²¹Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Airlangga University Press, 2003), 142.

¹²²Ibid.

¹²³Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), 64.

Moleong mengklasifikasikan menjadi dua jenis pengamatan yaitu pengamatan berperan serta dan pengamatan tidak berperan serta. Pengamatan berperan serta melakukan dua peranan sekaligus, yaitu sebagai pengamat dan sekaligus menjadi anggota resmi dari kelompok yang diamatinya.¹²⁴

Adapun untuk mengungkap bagaimana ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya, dalam teknik ini diadakan dengan cara pengumpulan data yaitu:

- a. Peneliti berperan sebagai peneliti atau juga dapat berperan sebagai konsumen.
- b. Peneliti mencari tahu tentang ilusi harga yang dilakukan oleh pedagang buah dengan berbagai macam bentuk dan tulisan harga.
- c. Peneliti mengamati dan memperhatikan ekspresi pedagang buah yang berjualan dengan ilusi harga dan mengamati ekspresi konsumen yang membeli buah dengan ilusi harga.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran dokumen. Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto, atau benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek-aspek yang diteliti.¹²⁵

¹²⁴Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 126.

¹²⁵Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis* (Depok: PT. RajaGrafindo Persada, Cet. ke-II, 2018), 75.

Adapun data yang ingin digali melalui teknik dokumentasi dalam penelitian ini antara lain berupa:

- a. Gambaran umum lokasi penelitian;
- b. Biodata para responden dan informan yang dijadikan subjek penelitian;
- c. Foto-foto penelitian dan hasil wawancara;
- d. Gambar pencantuman ilusi harga buah;

G. Teknik Pengabsahan Data

Pengabsahan data atau biasa disebut dengan triangulasi¹²⁶ adalah teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada.¹²⁷ Triangulasi berarti melakukan pengecekan ulang atau semacam cek audit atas data-data dan bahan-bahan yang telah berhasil dikumpulkan dengan tujuan untuk menjaga kebenaran dan kemurnian data.¹²⁸

Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu membandingkan data dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang disebut metode kualitatif. Keabsahan data dapat dicapai dengan cara sebagai berikut.

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;

¹²⁶Triangulasi adalah salah satu dari banyak teknik dalam pemeriksaan keabsahan bahan dan data hukum yang sudah terkumpul. Lihat Utsman, *Metodologi Penelitian Hukum Progresif*, 110.

¹²⁷Ibid.

¹²⁸Sabian Utsman, *Dasar-Dasar Sosiologi Hukum* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 387.

2. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi dengan apa yang dikatakan secara pribadi;
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu;
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang yang berada dan orang pemerintahan;
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.¹²⁹

Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membandingkan data hasil wawancara yang diperoleh dengan isi dokumen yang terkait sebagaimana telah disebutkan di atas.
2. Membandingkan data hasil wawancara dengan masing-masing subjek dan informan, yakni membandingkan data hasil wawancara antar para pedagang buah yang melakukan praktik ilusi harga.
3. Membandingkan data hasil wawancara dalam waktu yang berbeda, yakni membandingkan data hasil wawancara melalui pengamatan (observasi) dan wawancara langsung pada subjek.

¹²⁹Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 178.

H. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian merupakan bagian yang sangat penting, karena dengan analisa inilah data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian dan mencapai tujuan akhir penelitian. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data-data tersebut. Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar.¹³⁰

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, maka dalam menganalisis data yang terkumpul Peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Oleh karena itu, analisis deskriptif ini dimulai dari teknik klasifikasi data. Dengan adanya metode deskriptif kualitatif, maka ada beberapa langkah yang dapat ditempuh untuk memproses analisis data. Langkah-langkah tersebut adalah:

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data), adalah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data,¹³¹ dari hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Dalam kaitannya dengan penelitian ini yaitu peneliti mengumpulkan data dari responden mengenai Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah).

¹³⁰Siti Mushbihah, "Pembagian Harta Waris Menggunakan Undi (Studi di Desa Cempaka Mulia Barat Kecamatan Cempaga Kabupaten Kotawaringin Timur)" (Skripsi-IAIN Palangka Raya: Palangka Raya, 2016), vIAIN Palangka Raya, 2016, 73-74.

¹³¹Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, 69.

2. *Data Reduction* (Pengurangan Data), adalah pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtikarkan hasil pengumpulan data selengkapnya, dan memilah-milahnya ke dalam satuan konsep tertentu.¹³² Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas. Dalam penelitian ini berarti peneliti setelah mendapatkan data mengenai Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah), dan dipaparkan apa adanya, maka setelah itu apa yang dianggap tidak pantas atau kurang valid akan dihilangkan atau tidak dimasukkan ke dalam pembahasan.
3. *Data Display* (Penyajian Data), ialah data yang dari kenchah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangannya.¹³³ Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan demikian, kaitannya dengan penelitian ini yaitu data yang didapat dari penelitian tentang Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah), dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutup-nutupi kekurangannya.
4. *Conclousions Drawing/Verifying* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan data *display* (penyajian data) sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.¹³⁴ Demikian kaitannya dengan penelitian ini yaitu kesimpulan yang didapat dari studi tentang Ilusi Harga Dalam

¹³²Ibid., 70.

¹³³Ibid.

¹³⁴Ibid.

Penjualan Buah di Kota Palangka Raya (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah), tidak menyimpang dari data yang dianalisis.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Sejarah Palangka Raya

Terbentuknya Provinsi Kalimantan Tengah melalui proses yang cukup panjang sehingga mencapai puncaknya pada tanggal 23 Mei 1957 dan dikuatkan dengan Undang-Undang Darurat Nomor 10 tahun 1957, yaitu tentang Pembentukan Daerah Swatantra Tingkat I Kalimantan Tengah. Sejak saat itu Provinsi Kalimantan Tengah resmi sebagai daerah otonom, sekaligus sebagai hari jadi Provinsi Kalimantan Tengah. Sedangkan tiang pertama Pembangunan Kota Palangka Raya dilakukan oleh Presiden Republik Indonesia SO pada tanggal 17 Juli 1957 dengan ditandai peresmian Monumen/Tugu Ibu Kota Provinsi Kalimantan Tengah di Pahandut yang mempunyai makna:¹³⁵

- a. Angka 17 melambangkan hikmah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia.
- b. Tugu Api berarti api tak kunjung padam, semangat kemerdekaan dan membangun.
- c. Pilar yang berjumlah 17 berarti senjata untuk berperang.
- d. Segi Lima Bentuk Tugu melambangkan Pancasila mengandung makna Ketuhanan Yang Maha Esa. Kemudian berdasarkan

¹³⁵Portal Resmi Pemerintah Kota Palangka Raya, “Swjarah Palangka Raya”, dalam <https://palangkaraya.go.id/selayang-pandang/sejarah-palangka-raya/> (02 Juni 2020).

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1958 Ibu Kota Provinsi yang dulunya Pahandut berganti nama dengan Palangka Raya.¹³⁶

Sejarah pembentukan Pemerintahan Kota Palangka Raya merupakan bagian integral dari pembentukan Provinsi Kalimantan Tengah berdasarkan Undang-Undang Darurat Nomor 10 Tahun 1957, lembaran Negara Nomor 53 berikut penjelasannya (Tambahan Lembaran Negara Nomor 1284) berlaku mulai tanggal 23 Mei 1957, yang selanjutnya disebut Undang-Undang Pembentukan Daerah Swatantra Provinsi Kalimantan Tengah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 1958, Parlemen Republik Indonesia tanggal 11 Mei 1959 mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959, yang menetapkan pembagian Provinsi Kalimantan Tengah dalam 5 (lima) Kabupaten dan Palangka Raya sebagai Ibukotanya.¹³⁷

Dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 27 Tahun 1959 dan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia tanggal 22 Desember 1959 Nomor : Des. 52/12/2-206, maka ditetapkanlah pemindahan tempat dan kedudukan Pemerintah Daerah Kalimantan Tengah dari Banjarmasin ke Palangka Raya terhitung tanggal 20 Desember 1959. Selanjutnya, Kecamatan Kahayan Tengah yang berkedudukan di Pahandut secara bertahap mengalami perubahan dengan mendapat tambahan tugas dan fungsinya, antara lain mempersiapkan

¹³⁶Ibid.

¹³⁷Ibid.

Kotapraja Palangka Raya. Kahayan Tengah ini dipimpin oleh Asisten Wedana, yang pada waktu itu dijabat oleh J. M. Nahan.¹³⁸

Peningkatan secara bertahap Kecamatan Kahayan Tengah tersebut, lebih nyata lagi setelah dilantiknya Bapak Tjilik Riwut sebagai Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah pada tanggal 23 Desember 1959 oleh Menteri Dalam Negeri, dan Kecamatan Kahayan Tengah di Pahandut dipindahkan ke Bukit Rawi.¹³⁹

Pada tanggal 11 Mei 1960, dibentuk pula Kecamatan Palangka Khusus Persiapan Kotapraja Palangka Raya, yang dipimpin oleh J.M. Nahan. Selanjutnya sejak tanggal 20 Juni 1962 Kecamatan Palangka Khusus Persiapan Kotapraja Palangka Raya dipimpin oleh W.Coenrad dengan sebutan Kepala Pemerintahan Kotapraja Administratif Palangka Raya.¹⁴⁰

Perubahan, peningkatan dan pembentukan yang dilaksanakan untuk kelengkapan Kotapraja Administratif Palangka Raya dengan membentuk 3 (tiga) Kecamatan, yaitu:

- 1) Kecamatan Palangka di Pahandut.
- 2) Kecamatan Bukit Batu di Tangkiling.
- 3) Kecamatan Petuk Katimpun di Marang Ngandurung Langit.¹⁴¹

Kemudian pada awal tahun 1964, Kecamatan Palangka di Pahandut dipecah menjadi 2 (dua) kecamatan, yaitu:

¹³⁸Ibid.

¹³⁹Ibid.

¹⁴⁰Ibid.

¹⁴¹Ibid.

- 1) Kecamatan Pahandut di Pahandut.
- 2) Kecamatan Palangka di Palangka Raya.

Sehingga Kotapraja Administratif Palangka Raya telah mempunyai 4 (empat) kecamatan dan 17 (tujuh belas) kampung, yang berarti ketentuan-ketentuan dan persyaratan-persyaratan untuk menjadi satu Kotapraja yang otonom sudah dapat dipenuhi serta dengan disyahkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1965, Lembaran Negara Nomor 48 tahun 1965 tanggal 12 Juni 1965 yang menetapkan Kotapraja Administratif Palangka Raya, maka terbentuklah Kotapraja Palangka Raya yang Otonom. Peresmian Kotapraja Palangka Raya menjadi Kotapraja yang Otonom dihadiri oleh Ketua Komisi B DPRGR, Bapak L.S. Handoko Widjoyo, para anggota DPRGR, Pejabat-pejabat Depertemen Dalam Negeri, Deputy Antar Daerah Kalimantan Brigadir Jendral TNI M. Panggabean, Deyahdak II Kalimantan, Utusan-utusan Pemerintah Daerah Kalimantan Selatan dan beberapa pejabat tinggi Kalimantan Lainnya.¹⁴²

Upacara peresmian berlangsung di Lapangan Bukit Ngalangkang halaman Balai Kota dan sebagai catatan sejarah yang tidak dapat dilupakan sebelum upacara peresmian dilangsungkan pada pukul 08.00 pagi, diadakan demonstrasi penerjunan payung dengan membawa lambang Kotapraja Palangka Raya. Demonstrasi penerjunan payung ini, dipelopori oleh Wing Pendidikan II Pangkalan Udara

¹⁴²Ibid.

Republik Indonesia Margahayu Bandung yang berjumlah 14 (empat belas) orang, di bawah pimpinan Ketua Tim Letnan Udara II M. Dahlan, mantan paratroop AURI yang terjun di Kalimantan pada tanggal 17 Oktober 1947.¹⁴³

Demonstrasi penerjunan payung dilakukan dengan mempergunakan pesawat T-568 Garuda Oil, di bawah pimpinan Kapten Pilot Arifin, Copilot Rusli dengan 4 (empat) awak pesawat, yang diikuti oleh seorang undangan khusus Kapten Udara F.M. Soejoto (juga mantan Paratroop 17 Oktober 1947) yang diikuti oleh 10 orang sukarelawan dari Brigade Bantuan Tempur Jakarta. Selanjutnya, lambang Kotapraja Palangka Raya dibawa dengan parade jalan kaki oleh para penerjun payung ke lapangan upacara. Pada hari itu, dengan Surat Keputusan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia, Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah Bapak Tjilik Riwut unjuk selaku penguasa Kotapraja Palangka Raya dan oleh Menteri Dalam Negeri diserahkan lambang Kotapraja Palangka Raya.¹⁴⁴

Pada upacara peresmian Kotapraja Otonom Palangka Raya tanggal 17 Juni 1965 itu, Penguasa Kotapraja Palangka Raya, Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Tengah, menyerahkan Anak Kunci Emas (seberat 170 gram) melalui Menteri Dalam Negeri kepada Presiden Republik Indonesia, kemudian dilanjutkan dengan pembukaan

¹⁴³Ibid.

¹⁴⁴Ibid.

selubung papan nama Kantor Walikota Kepala Daerah Kotapraja Palangka Raya.¹⁴⁵

2. Gambaran Umum dan Letak Geografis Kota Palangka Raya

a. Gambaran Umum

Secara umum Kota Palangka Raya dapat dilihat sebagai sebuah Kota yang memiliki 3 (tiga) wajah yaitu wajah perkotaan, wajah pedesaan dan wajah hutan. Kondisi ini, memberikan tantangan tersendiri bagi pemerintah Kota Palangka Raya dalam membangun Kota Palangka Raya. Kondisi ini semakin menantang lagi bila mengingat luas Kota Palangka Raya yang berada pada urutan ke-3 di Indonesia yaitu 2.853,52 Km².¹⁴⁶

b. Letak Geografis

Kota Palangka Raya secara geografis terletak pada 113°30` - 114°07` Bujur Timur dan 1°35` - 2°24` Lintang Selatan, dengan luas wilayah 2.853,52 Km² (267.851 Ha) dengan topografi terdiri dari tanah datar dan berbukit dengan kemiringan kurang dari 40%. Secara administrasi Kota Palangka Raya berbatasan dengan:

Sebelah Utara : Dengan Kabupaten Gunung Mas
 Sebelah Timur : Dengan Kabupaten Pulang Pisau
 Sebelah Selatan : Dengan Kabupaten Pulang Pisau

¹⁴⁵Ibid.

¹⁴⁶Portal Resmi Pemerintah Kota Palangka Raya, "Gambaran Umum Kota Palangka Raya", dalam <https://palangkaraya.go.id/selayang-pandang/gambaran-umum/> (02 Juni 2020).

Sebelah Barat : Dengan Kabupaten Katingan.¹⁴⁷

Wilayah Kota Palangka Raya terdiri dari 5 (lima) Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Kecamatan Sabangau, Kecamatan Jekan Raya, Kecamatan Bukit Batu dan Kecamatan Rakumpit dengan luas masing-masing 119,37 Km², 641,51 Km², 387,53 Km², 603,16 Km² dan 1.101,95 Km².¹⁴⁸

a. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk Kota Palangka Raya Tahun 2019 sebanyak 266.020 orang yang terdiri dari 135.256 orang laki-laki dan 130.764 orang perempuan. Penduduk terbanyak terdapat di Kecamatan Jekan Raya dengan 140.173 penduduk Kota Palangka Raya tinggal di kecamatan ini. Hal ini membuat Kecamatan Jekan Raya menjadi kecamatan terpadat dimana terdapat 370 orang setiap Km².¹⁴⁹

b. Visi dan Misi Kota Palangka Raya

1) Visi

Selama periode 2018-2023, Visi Pembangunan Kota Palangka Raya yaitu “Terwujudnya Kota Palangka Raya yang Maju, Rukun, dan Sejahtera Untuk semua”.¹⁵⁰

2) Misi

¹⁴⁷Badan Pusat Statistik, *Kota Palangka Raya Dalam Angka 2020* (Palangka Raya: BPS Kota Palangka Raya, 2020), 8.

¹⁴⁸Ibid.

¹⁴⁹Ibid.

¹⁵⁰Portal Resmi Pemerintah Kota Palangka Raya, “Visi Misi Kota Palangka Raya”, dalam <https://palangkaraya.go.id/pemerintahan/visi-misi/> (02 Juni 2020).

- a. Mewujudkan kemajuan Kota Palangka Raya *Smart Environment* (lingkungan cerdas) meliputi Pembangunan Infrastruktur, teknologi informasi, pengelolaan sektor energi, pengelolaan air, lahan, pengelolaan limbah, manajemen bangunan dan tata ruang, transportasi.
- b. Mewujudkan kerukunan seluruh elemen masyarakat *smart society* (masyarakat cerdas) meliputi pengembangan kesehatan, pendidikan, kepemudaan, layanan publik, kerukunan dan keamanan.
- c. Mewujudkan kesejahteraan masyarakat kota Palangka Raya *smart economy* (ekonomi cerdas) meliputi pengembangan industri, usaha kecil dan menengah, pariwisata, dan perbankan.¹⁵¹

B. Hasil Penelitian

Data penelitian yang disajikan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian yang diperoleh peneliti dari sumber data dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi tentang “Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya (Perspektif Hukum Ekonomi Syariah)”.

Hasil penelitian ini dipaparkan secara sistematis dengan berfokus kepada rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini. Hal ini diperkuat berdasarkan sejumlah data dari 6 (enam) orang subjek penelitian dan 3 (tiga) orang informan penelitian. Subjek penelitian dalam penelitian ini tentunya

¹⁵¹Ibid.

pedagang buah di pinggir jalan yang ada di jalan Cilik Riwut dan jalan G. Obos kota Palangka Raya.

Data diperoleh dalam wawancara kebanyakan dari mereka menggunakan bahasa Indonesia yang tidak sempurna dalam artian masih ada bahasa daerah (Banjar) yang mereka campurkan dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, peneliti menambah kembali penyajian data wawancara dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik untuk mempermudah dalam membaca dan memahami penyajian data tanpa menghilangkan redaksi asli dari wawancara tersebut.

Berikut ini peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan pedagang buah yang berada di jalan Cilik Riwut dan G.Obos kota Palangka Raya tersebut yaitu yang berinisial N, A, RR, I, R, AA. Serta tiga orang sebagai informan penelitian yang berinisial IM, SW dan MZ.

Adapun pemaparan hasil penelitian penulis uraikan berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya ?

a. Subjek Pertama (Pedagang Buah 1)

Nama (Inisial) : N
Alamat Rumah : Jl. Flamboyan
Alamat Berdagang : Jl. Cilik Riwut Km. 3
Usia : 19 Tahun
Agama : Islam

Lama Berjualan : 9 Tahun

Pendidikan Terakhir : SMP

- 1) Bentuk dan Macam-Macam Tempat Tulisan Dalam Ilusi Harga Buah.

Ketika peneliti bertanya kepada subjek N tentang bagaimana bentuk dan macam-macam tempat tulisan dalam pencantuman harga buah yang anda buat?

Bentuk tulisan yang aku ulah ni tempelan harga biasa ai, ganal tulisannya 8.000 ku ulah pakai spidol dilapisi pakai kertas habistu dilaminating.¹⁵²

(Bentuk dan tulisan yang saya buat ini pencantuman harga biasa saja, besar tulisannya 8.000 saya buat dengan spidol dilapisi menggunakan kertas kemudian dilaminating, agar jelas dari jauh tulisan harganya).

- 2) Cara Menjelaskan Kepada Konsumen Terhadap Ilusi Harga Buah

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana cara anda menjelaskan kepada konsumen terkait ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

Kadada pang menjelasi, kecuali amun ada orang yang betakun hanyar kupadahi harganya ada yang beda dari yang di cantumi tu.¹⁵³

(Tidak ada menjelasi, kecuali jika ada orang bertanya baru saya bilangi kalau harganya berbeda dari yang di cantumkan).

- 3) Apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

¹⁵²N, *Wawancara* (Palangka Raya, 04 April 2020).

¹⁵³Ibid.

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

Amun konsumen protes kadada pang cuman ada yang betakun ai pas singgah handak nukar tu, bepadah nukar sekilo jar, setelah dibungkus ditanya nya yang buah sebelahnya lain harga Rp.8.000 kah pak? kujawab ai lain.¹⁵⁴

(Kalau konsumen yang protes tidak ada cuma ada yang bertanya aja saat singgah ingin membeli buah, dia berkata beli buah satu kilo, setelah dibungkus dia bertanya buah yang sebelahnya bukan harga Rp.8.000 ya pak? saya jawab bukan).

4) Apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli buah tersebut?

Lalu peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli setelah mengetahui harganya berbeda?

kadada pang yang kada jadi menukari, biasanya tetap ja dibeli oleh konsumen, setelah betakun tadi kenapa harganya beda tu.¹⁵⁵

(Tidak ada yang tidak jadi membeli, biasanya tetap ja dibeli oleh konsumen, setelah bertanya tadi kenapa harganya berbeda).

b. Subjek Kedua (Pedagang Buah 2)

Nama (Inisial) : A
 Alamat Rumah : Jl. Cilik Riwut
 Alamat Berdagang : Jl. Cilik Riwut Km. 4
 Usia : 30 Tahun
 Agama : Islam
 Lama Berjualan : 5 Tahun

¹⁵⁴Ibid.

¹⁵⁵Ibid.

Pendidikan Terakhir : SMP

- 1) Bentuk dan Macam-Macam Tempat Tulisan Dalam Ilusi Harga Buah.

Ketika peneliti bertanya kepada subjek A tentang bagaimana bentuk dan macam-macam tempat tulisan dalam pencantuman harga buah yang anda buat?

Saya membuat tulisan harga ini menggunakan kertas yang diketik kemudian di print dan dilaminating saja supaya bagus dan kelihatan dari jauh.¹⁵⁶

- 2) Cara Menjelaskan Kepada Konsumen Terhadap Ilusi Harga Buah

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana cara anda menjelaskan kepada konsumen terkait ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

“Saya tidak ada menjelasi, orang biasanya langsung membeli saja buahnya”

- 3) Apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

“Kalau konsumen yang protes tidak ada selama ini”.¹⁵⁷

- 4) Apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli buah tersebut?

¹⁵⁶A, *Wawancara* (Palangka Raya, 05 April 2020).

¹⁵⁷Ibid.

Lalu peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli setelah mengetahui harganya berbeda?

“Tidak ada selama ini”.¹⁵⁸

c. Subjek Ketiga (Pedagang Buah 3)

Nama (Inisial) : RR

Alamat Rumah : Jl. Cemara

Alamat Berdagang : Jl. Cilik Riwut

Usia : 29 Tahun

Agama : Islam

Lama Berjualan : 5 Tahun

Pendidikan Terakhir : SMK

1) Bentuk dan Macam-Macam Tempat Tulisan Dalam Ilusi Harga Buah.

Ketika peneliti bertanya kepada subjek RR tentang bagaimana bentuk dan macam-macam tempat tulisan dalam pencantuman harga buah yang anda buat?

“Aku meulah tulisan pencantuman harga buahnya pakai kardus aja di tulis dan ditebali pakai spidol harga 8.000”.¹⁵⁹

(Saya membuat tulisan pencantuman harga buahnya menggunakan kardus lalu ditulis dan ditebali menggunakan spidol).

¹⁵⁸Ibid.

¹⁵⁹RR, *Wawancara* (Palangka Raya, 05 April 2020).

2) Cara Menjelaskan Kepada Konsumen Terhadap Ilusi Harga Buah

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana cara anda menjelaskan kepada konsumen terkait ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

Kadada pang menjelasi ke orang, misal ada yang betakun hanyar ku jelasi amun harganya beda buah yang masuh bagus dan kada.¹⁶⁰

(Tidak ada menjelasi ke orang, kalau ada yang bertanya baru saya jelaskan, bahwa harga buahnya berbeda antara yang masih bagus dan tidak).

3) Apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

Amunnya orang protes kadada pang, biasanya betakun ja oleh harga buah nya pas inya nukar belain lawan harga buah yang ditempel.¹⁶¹

(Kalau orang yang protes tidak ada, hanya saja biasanya bertanya karena harga buah saat membeli berbeda dengan harga buah yang dicantumkan).

4) Apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli buah tersebut?

Lalu peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli setelah mengetahui harganya berbeda?

Kadada pang, jadi ai baisanya orang manukar buahnya, walaupun sekalinya sudah tahu mun harganya beda lawan yang kucantumi.¹⁶²

¹⁶⁰Ibid.

¹⁶¹Ibid.

¹⁶²Ibid.

(Tidak ada, biasanya orang tetap saja membeli buah, walaupun sudah mengetahui kalau harga buahnya beda dengan yang saya cantumkan).

d. Subjek Keempat (Pedagang Buah 4)

Nama (Inisial) : I
 Alamat Rumah : Jl. Cilik Riwut
 Alamat Berdagang : Jl. G.Obos
 Usia : 33 Tahun
 Agama : Islam
 Lama Berjualan : 8 Tahun
 Pendidikan Terakhir : SMP

1) Bentuk dan Macam-Macam Tempat Tulisan Dalam Ilusi Harga Buah.

Ketika peneliti bertanya kepada subjek I tentang bagaimana bentuk dan macam-macam tempat tulisan dalam pencantuman harga buah yang anda buat?

Aku meulah bentuk tulisan harga ni cuma memakai karton putih yang ganal habistu ditulis tebal dan ganal memakai spidol, tulisan harganya 6.000.¹⁶³

(Saya membuat bentuk pencantuman harga ini hanya menggunakan karton putih besar lalu ditulis tebal dan besar menggunakan spidol, tulisan harganya 6.000).

2) Cara Menjelaskan Kepada Konsumen Terhadap Ilusi Harga Buah.

¹⁶³I, *Wawancara* (Palangka Raya, 04 April 2020).

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana cara anda menjelaskan kepada konsumen terkait ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

Biasanya ada orang pas singgah handak menukar buah betakun harga dulu, ku padah ai harganya, pas tahu harganya beda dengan yang ku cantumi ada yang kada jadi manukar orangnya.¹⁶⁴

(Biasanya ada orang ingin membeli buah, tetapi bertanya dulu mengenai harganya, setelah mengetahui harganya berbeda dengan yang saya cantumi, tidak jadi orangnya membeli).

3) Apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

Mun orang protes suah ai, protes oleh inya singgah nukar buah pas orangnya bayar tekajut oleh harganya beda dengan yang ditempel, habistu hanyar kupadahi sebelah kiri dan kanan ni beda harganya habistu kada jadi manukar orangnya.¹⁶⁵

(Kalau orang protes pernah, karena saat orangnya singgah membeli buah dan bayar ia kaget karena harganya berbeda dengan yang dicantumkan, setelah itu saya sampaikan kalau buah yang sebelah kiri dan kanan berbeda harganya, setelah itu orangnya tidak jadi membeli).

4) Apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli buah tersebut?

¹⁶⁴

¹⁶⁵ Ibid.

Lalu peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli setelah mengetahui harganya berbeda?

“Iya, rancak ai orang kada jadi manukar pas tahu harga buah ni beda lawan yang kucantumi tu”.¹⁶⁶

e. Subjek Kelima (Pedagang Buah 5)

Nama (Inisial) : R
 Alamat Rumah : Jl. G.Obos
 Alamat Berdagang : Jl. G.Obos
 Usia : 28 Tahun
 Agama : Islam
 Lama Berjualan : 10 Tahun
 Pendidikan Terakhir : SMP

1) Bentuk dan Macam-Macam Tempat Tulisan Dalam Ilusi Harga Buah.

Ketika peneliti bertanya kepada subjek R tentang bagaimana bentuk dan macam-macam tempat tulisan dalam pencantuman harga buah yang anda buat?

Saya membuat tulisan pencantuman harga ini dengan karton yang dilapisi kardus dibelakangnya, kemudian di tulis dengan ukuran besar kemudian saya tempel dengan lakban hitam.¹⁶⁷

2) Cara Menjelaskan Kepada Konsumen Terhadap Ilusi Harga Buah.

¹⁶⁶Ibid.

¹⁶⁷R, *Wawancara* (Palangka Raya, 04 April 2020).

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana cara anda menjelaskan kepada konsumen terkait ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

Saya tidak ada menjelaskan harga kepada konsumen, kecuali ada konsumen yang bertanya harganya baru saya bilang, karena biasanya orang sudah melihat dari jauh harag buah yang saya jual.¹⁶⁸

3) Apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

Kalau konsumen protes pernah karena harga buah langsung ponti tidak saya cantumkan, yang saya cantumkan hanya harga buah langsung tanjung saja, jadi mereka mengira harga buah yang saya cantumkan itu sama semua.¹⁶⁹

4) Apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli buah tersebut?

Lalu peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli setelah mengetahui harganya berbeda?

“Pernah, ada konsumen yang tidak jadi membeli buahnya”.¹⁷⁰

f. Subjek Keenam (Pedagang Buah 6)

Nama (Inisial) : AA

Alamat Rumah : Jl. Flamboyan

Alamat Berdagang : Jl. G.Obos

¹⁶⁸

¹⁶⁹Ibid.

¹⁷⁰Ibid.

Usia : 49 Tahun

Agama : Islam

Lama Berjualan : 10 Tahun

Pendidikan Terakhir : SD

1) Bentuk dan Macam-Macam Tempat Tulisan Dalam Ilusi Harga Buah.

Ketika peneliti bertanya kepada subjek AA tentang bagaimana bentuk dan macam-macam tempat tulisan dalam pencantuman harga buah yang anda buat?

Bentuk tulisan harga yang ku ulah ni spanduk haja ganal-ganal tulisannya ku tempel di pikap ni, warnanya terang jadi jelas.¹⁷¹

(Bentuk tulisan harga yang saya buat ini hanya spanduk besar, kemudian saya tempel di mobil pick up ini, terang warnanya supaya jelas).

2) Cara Menjelaskan Kepada Konsumen Terhadap Ilusi Harga Buah.

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana cara anda menjelaskan kepada konsumen terkait ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

“Kadada menjelasi harga aku, orang melihat ja sudah betempel harganya tu”¹⁷²

(Saya tidak ada menjelaskan harga, orang-orang tahu saja karena saya cantumkan harganya).

¹⁷¹AA, *Wawancara* (Palangka Raya, 05 April 2020).

¹⁷²Ibid.

- 3) Apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

Kemudian peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang protes terhadap penjualan buah tersebut?

Kadada pang yang protes selama aku bejualan buah ni. Silahkan ja mun orang handak nukar, amun kada manukar silahkan jua.¹⁷³

(Tidak ada orang yang protes selama saya berjualan. Silahkan saja kalau orang mau beli, kalau engga beli juga silahkan).

- 4) Apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli buah tersebut?

Lalu peneliti menanyakan apakah ada konsumen yang membatalkan jual beli setelah mengetahui harganya berbeda?

Rancak ja ada yang hanyar betakun, pas melihat buah dan harganya beda kada jadi manukar, ada jua yang kada betakun-takun tapi langsung nukar.¹⁷⁴

(Sering saja, ada yang baru bertanya, lalu saat melihat buah dan harganya berbeda kemudian tidak jadi membeli, ada juga yang tidak bertanya-tanya tapi langsung membeli).

2. Apa saja faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya ?

Pada penyajian data hasil penelitian yang kedua ini yakni berdasarkan rumusan masalah penelitian yang kedua yakni apa saja faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah?

¹⁷³Ibid.

¹⁷⁴Ibid.

Dalam pemaparan penyajian data hasil penelitian yang kedua ini subjek penelitiannya masih sama seperti rumusan masalah yang pertama sebelumnya yaitu pedagang buah di pinggir jalan yang ada di jalan Cilik Riwut dan G.Obos kota Palangka Raya. Adapun penyajian data hasil penelitian yang kedua ini yakni sebagai berikut:

a. Subjek Pertama (Pedagang Buah 1)

1) Ilusi Harga dalam Penjualan Buah yang Dilakukan.

Wawancara yang peneliti lakukan bersama N selaku responden penelitian dilakukan pada hari Sabtu tanggal 04 April 2020. Peneliti mengunjungi tempat I berdagang buah di jalan Cilik Riwut Km. 3 Palangka Raya Berikut wawancara peneliti bersama N :

Peneliti menanyakan bagaimana ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

Kami bejualan buah ni kaini ai dicantumi harga buah ni, kan kami menukar buah ni dengan bos sekalian banyak habistu pasti dari sana tu sampai ke sini ada tecampur buahnya tu pacah-pacah dan lain lain, yang masih bagus ada jua, pas kami nukar buah tu hasil hitungan modal nya dan lain-lain, jadi harga yang kami jual Rp. 8.000 per kilonya untuk buah yang sudah lawas mun buah yang tebagus Rp. 13.000 per kilonya tapi di keranjang ni kami pisah ai buah yang sudah lawas dengan yang hanyar tapi, yang kami cantumi harga yang Rp.8.000 ja.¹⁷⁵

(Kami bejualan buah ini dicantumkan harganya, kami membeli buah ini dengan bos sekaligus banyak setelah itu dari sana sampai kesini tercampur buah nya dengan yang pecah-pecah dan lain-lain, yang masih bagus ada juga, saat kami beli buah itu hasil hitungan modalnya dan lain lain yang

¹⁷⁵N, *Wawancara* (Palangka Raya, 04 April 2020).

kami jual seharga Rp.8.000 per kilonya untuk buah yang sudah lama, kalau buah yang masih baru seharga Rp.13.000 per kilonya tetapi dikeranjang ini kami pisah aja buah yang sudah lama dan baru tetapi, yang kami cantumi itu hanya harga yang Rp.8.000 saja).

2) Alasan Melakukan Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah.

Kemudian peneliti menanyakan apa alasan anda melakukan ilusi harga dalam penjualan buah tersebut?

Supaya orang yang handak nukar buah ni menukar buah kami oleh, biasanya mun terlihat harga murah orang singgah handak menukar.¹⁷⁶

(Agar calon pembeli buah ini membeli buah kami karena, biasanya jika terlihat harga murah orang-orang akan singgah untuk membeli).

3) Penentuan Harga dalam Penjualan Buah

Lalu peneliti bertanya lagi bagaimana penentuan harga dalam penjualan buah tersebut?

Kami menentui harga buah ni sesuai akan ai dengan modal pas nukar dengan bos buah habistu dihitung supaya balik modal dan dilihati jua dari buah-buah yang pacah-pacah tadi bistu disesuaikan akan ai harga buahnya, amun buah lawas temurah harganya amun buah yang bagus telarang harganya.¹⁷⁷

(Kami menentukan harga buah ini disesuaikan dengan modal saat membeli dengan bos buah setelah itu dihitung agar balik modal dan dilihat juga dari buah-buah yang pecah jadi disesuaikan harga buahnya, kalau buah yang sudah lama harganya lebih murah kalau buah yang bagus harganya lebih mahal).

4) Apakah Anda Mengetahui Bahwa Dalam Jual beli harus adanya transparansi harga dan Kejujuran?

¹⁷⁶Ibid.

¹⁷⁷Ibid.

Lalu peneliti menanyakan apakah anda mengetahui bahwa dalam jual beli harus adanya transparansi harga dan kejujuran?

"Tahu ai harus jujur, tapi namanya ja pedagang pasti handak dagangannya lakas payu".¹⁷⁸

(Saya tau saja sebenarnya harus jujur, akan tetapi yang namanya pedagang pasti ingin dagangannya cepat laku).

b. Subjek Kedua (Pedagang Buah 2)

1) Ilusi Harga dalam Penjualan Buah yang Dilakukan.

Pada wawancara kedua, yakni kepada subjek penelitian yang berinisial A. Peneliti menanyakan bagaimana ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

Saya berjualan buah ini sudah 5 tahun, jadi dalam berjualan buah saya mencantumi harga yang murah, harga murah ini merupakan buah-buahan yang kualitasnya sudah tidak baik, tapi masih bisa saja dimakan, kalau sebelumnya buah yang masih bagus tapi harganya berbeda.¹⁷⁹

2) Alasan Melakukan Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah.

Kemudian peneliti menanyakan apa alasan anda melakukan ilusi harga dalam penjualan buah tersebut?

"Agar calon pembeli tertarik membeli buah yang saya jual karena dicantumkan harga murah tadi".¹⁸⁰

3) Penentuan Harga dalam Penjualan Buah

Lalu peneliti bertanya lagi bagaimana penentuan harga dalam penjualan buah tersebut?

Dalam menentukan harga buah ini saya hitung dari awal membeli buah ini, ada bos buah nya jadi kami pedagang

¹⁷⁸Ibid.

¹⁷⁹A, *Wawancara* (Palangka Raya, 05 April 2020).

¹⁸⁰Ibid.

ditawari untuk membeli nya untuk kami jual, saya membeli banyak jadi buah yang sudah lama saya jual Rp.10.000 per kilo kalau yang masih bagus Rp.15.000 per kilo.¹⁸¹

- 4) Apakah Anda Mengetahui Bahwa Dalam Jual beli harus adanya transparansi harga dan Kejujuran?

Lalu peneliti menanyakan apakah anda mengetahui bahwa dalam jual beli harus adanya transparansi harga dan kejujuran?

Saya tau harus transparan, menurut saya transparan saja harga buah yang saya jual ini, kalau ada orang bertanya saya pasti bilang bahwa harga buah sebelah kiri dan kanan berbeda.¹⁸²

c. Subjek Ketiga (Pedagang Buah 3)

- 1) Ilusi Harga dalam Penjualan Buah yang Dilakukan.

Selanjutnya, melakukan wawancara kepada subjek penelitian yang ketiga, yakni yang berinisial RR. Peneliti menanyakan bagaimana ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

Ilusi harga dalam jualan buah yang aku jual ni biasa ai, mencantumi jualan buah dengan harga yang murah, amun mencantumi harga larang bedahulu kena orang kada manukar.¹⁸³

(Ilusi harga dalam penjualan buah yang saya jual biasa saja, mencantumkan penjualan buah dengan harga yang murah, kalau mencantumkan harga yang mahal nanti tidak ada orang yang membeli).

- 2) Alasan Melakukan Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah.

¹⁸¹Ibid.

¹⁸²Ibid.

¹⁸³RR, *Wawancara* (Palangka Raya, 05 April 2020).

Kemudian peneliti menanyakan apa alasan anda melakukan ilusi harga dalam penjualan buah tersebut?

Yang pasti supaya orang nukar oleh dicantumi murah harganya tadi, apalagi mun dasar lagi musim buah langsung kaini, dan kami bejualannya di pinggir jalan besar kaini, ketuju orang singgah menukar.¹⁸⁴

(Pastinya agar orang membeli karena dicantumkan harga buah yang murah tadi, apalagi saat musim buah langsung seperti ini, dan kami bejualannya di pinggir jalan besar seperti ini, sering banyak orang singgah untuk membeli).

3) Penentuan Harga dalam Penjualan Buah

Lalu peneliti bertanya lagi bagaimana penentuan harga dalam penjualan buah tersebut?

Mun menentui harga buah ni disesuaikan akan ai dari harga pas aku menukar dengan bos buah tu, bistu pas sudah aku terima kan ada tecampur-campur lawan buah yang pecah kaitu jadi kupisahi kubedakan harganya pas dijual, oleh amun buah yang pecah tu dibuang kena untungnya aku dapat sedikit jadi tetap aku jual.¹⁸⁵

(Kalau menentukan harga buah ini disesuaikan saja dari harga saat saya membeli dengan bos buah, setelah itu saat sudah aku terima ada tercampur-campur dengan buah yang pecah jadi saya pisah dan saya bedakan harganya saat dijual, karena kalau buah yang pecah tadi dibuang nanti keuntungan saya sedikit jadi tetap saya jual).

4) Apakah Anda Mengetahui Bahwa Dalam Jual beli harus adanya transparansi harga dan Kejujuran?

Lalu peneliti menanyakan apakah anda mengetahui bahwa dalam jual beli harus adanya transparansi harga dan kejujuran?

¹⁸⁴Ibid.

¹⁸⁵Ibid.

Aku tahu ai harus jujur, tapi amun dengan menulisi harga murah kaini pasti orang tu handak manukar, apalagi musim buah kaini.¹⁸⁶

(Saya tahu harus jujur, tapi kalau dengan mencantumkan harga murah seperti ini pasti orang ingin membeli, apalagi saat musim buah).

d. Subjek Keempat (Pedagang Buah 4)

1) Ilusi Harga dalam Penjualan Buah yang Dilakukan.

Ketika peneliti bertanya kepada subjek I Peneliti menanyakan bagaimana ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

Bejualan buah ni aku kaya pedagang buah yang lain ai, rami pas musim buah bejualan, amun buah wadahku ni tecampur pang sudah jadi satu yang baik dan yang kada, jadi harganya gin ku ratakan ai, harganya Rp.6.000 sekilo murah oleh tecampur sudah, tapi mun buah yang hanyar datang ku pisah ai harganya 10.000 sekilo tapi kada kutempel pang harganya, ku tempel yang harga Rp.6.000 tadi ja.¹⁸⁷

(Berjualan buah ini saya seperti pedagang yang lainnya, saat musim buah rame yang berjualan, kalau buah ditempatku sudah tercampur jadi satu buah yang bagus dan tidak, jadi harganya saya ratakan saja, harganya Rp.6.000 per kilo murah karena sudah tercampur, tapi kalau buah yang baru datang saya pisah harganya jadi 10.000 per kilo tetapi tidak saya cantumkan harganya, saya tempel yang harga Rp.6.000 tadi saja).

2) Alasan Melakukan Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah.

Kemudian peneliti menanyakan apa alasan anda melakukan ilusi harga dalam penjualan buah tersebut?

¹⁸⁶Ibid.

¹⁸⁷I, *Wawancara* (Palangka Raya, 04 April 2020).

Supaya payu ai nyaman lakas habis buah yang ku jual oleh betempel harga murah tu, kaini pang strategi orang bejualan.¹⁸⁸

(Agar cepat laku dan lekas habis buah yang saya jual karena sudah dicantumi harga murah, seperti ini strategi bejualan).

3) Penentuan Harga dalam Penjualan Buah

Lalu peneliti bertanya lagi bagaimana penentuan harga dalam penjualan buah tersebut?

Menentui harga ni sesuai akan ai biasanya aku nukar dengan bos nya tu langsung banyak dihitung ai rata-rata nya bisa Rp.6.000 sekilo atau Rp.10.000 sekilo.¹⁸⁹

(Menentukan harga ini saya sesuaikan saja, saya biasanya beli dengan bos itu sekaligus banyak kemudian dihitung saja rata-rata nya kadang Rp.6.000 per kilo atau Rp.10.000 per kilo).

4) Apakah Anda Mengetahui Bahwa Dalam Jual beli harus adanya transparansi harga dan Kejujuran?

Lalu peneliti menanyakan apakah anda mengetahui bahwa dalam jual beli harus adanya transparansi harga dan kejujuran?

“Aku tahu ja, yang penting aku bejualan hagan memenuhi kebutuhan hidup keluarga ku”.¹⁹⁰

(Saya tahu saja, yang penting saya bejualan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga saya).

a. Subjek Kelima (Pedagang Buah 5)

1) Ilusi Harga dalam Penjualan Buah yang Dilakukan.

¹⁸⁸Ibid.

¹⁸⁹Ibid.

¹⁹⁰Ibid.

Selanjutnya subjek penelitian kelima yaitu R. Peneliti menanyakan bagaimana ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

Ilusi harga dalam penjualan buah yang saya jual kebanyakan sama saja seperti pedagang buah yang lainnya, dagangan buah saya harganya berbeda-beda, ada buah langsung tanjung dan langsung ponti, kalau langsung tanjung lebih murah dibandingkan dengan langsung ponti, akan tetapi yang saya cantumkan biasanya hanya harga langsung tanjung saja.¹⁹¹

2) Alasan Melakukan Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah.

Kemudian peneliti menanyakan apa alasan anda melakukan ilusi harga dalam penjualan buah tersebut?

Karena kalau saya mencantumkan harga buah yang murah calon konsumen akan tertarik membeli, kalau saya cantumkan harga yang mahal nanti orang tidak tertarik membelinya.¹⁹²

3) Penentuan Harga dalam Penjualan Buah

Lalu peneliti bertanya lagi bagaimana penentuan harga dalam penjualan buah tersebut?

Dalam menentukan harga penjualan buah dagangan saya ini saya menentukannya dari awal saat membeli dengan bos buahnya, kalau saya beli buahnya banyak saya jual agak murah kalau saya beli dari sananya sedikit saya jual agak mahal, jadi tergantung saja.¹⁹³

4) Apakah Anda Mengetahui Bahwa Dalam Jual beli harus adanya transparansi harga dan Kejujuran?

¹⁹¹R, *Wawancara* (Palangka Raya, 04 April 2020).

¹⁹²Ibid.

¹⁹³Ibid.

Lalu peneliti menanyakan apakah anda mengetahui bahwa dalam jual beli harus adanya transparansi harga dan kejujuran?

Terserah saya saja dalam membuat harga ini, saya tahu saja kalau harus ada transparansi harga dan kejujuran dalam berjualan.¹⁹⁴

e. Subjek Keenam (Pedagang Buah 6)

1) Ilusi Harga dalam Penjualan Buah yang Dilakukan.

Selanjutnya subjek penelitian kelima yaitu AA. Peneliti menanyakan bagaimana ilusi harga dalam penjualan buah yang anda lakukan?

Kami ni jualan buah lawas sudah, apalagi mun sudah buah musiman pasti bejualan, biasanya aku manukar lawan bos buah atau bisa jua bos buah tu membagikan langsung ke pedagang-pedagang buah untuk dijual lagi, aku rancak meanu ilusi harga ni dengan tulisan harga atau tempelan ai pasti pas kita manukar dengan bos tu ada buah yang pecah atau buah yang sudah lawas ada jua buah yang masih bagus jadi harganya pasti beda tapi dalam keranjang buah ni aku pisah pang tapi mun harga nya aku tempel harga buah yang murah.¹⁹⁵

(Kami berjualan buah ini sudah lama, apalagi jika sudah musim buah pasti berjualan, biasanya saya membeli dengan bos buah atau bisa juga bos buah membagikan secara langsung ke pedagang-pedagang buah untuk dijual kembali, saya sering menggunakan ilusi harga ini dengan tulisan harga atau pencantuman harga, buah-buah yang kita beli dengan bos itu pasti ada buah yang pecah, ada yang sudah lama dan buah yang masih baru jadi harganya pasti berbeda tetapi dalam keranjang ini saya pisah tetapi kalau harganya saya cantumkan dengan harga buah yang murah).

2) Alasan Melakukan Ilusi Harga dalam Penjualan Buah.

¹⁹⁴Ibid.

¹⁹⁵AA, *Wawancara* (Palangka Raya, 05 April 2020).

Kemudian peneliti menanyakan apa alasan anda melakukan ilusi harga dalam penjualan buah tersebut?

Alasan ku ya pasti nyaman lakas payu ditukar orang apalagi mun orang melihat harganya murah, lawan jua amun buah yang sudah lawas ni ku buang sayang oleh masih banyak biasanya, jadi kujual ai masih, orang kada tau jua, mun ada tecampur buah yang lawas kecuali, diperhati akannya.¹⁹⁶

(Alasan saya pastinya agar cepat laku dibeli orang apalagi orang melihat harganya murah, dan juga kalau buah yang sudah lama saya buang sayang karena masih banyak buahnya, jadi masih saya jual saja, orang tidak tahu juga kalau ada tercampur buah yang sudah lama kecuali, orangnya memperhatikan buahnya).

3) Penentuan Harga dalam Penjualan Buah

Lalu peneliti bertanya lagi bagaimana penentuan harga dalam penjualan buah tersebut?

Mun menentui harga ni biasanya sesuai harga pasarannya pang meumpati ja aku, atau dari bos nya sudah menentui harganya tu, tapi mun aku menulisi harga buah nya tu harga yang murah kutulisi yang buahnya sudah lawas.¹⁹⁷

(Kalau menentui harga biasanya sesuai dengan harga pasarannya saya mengikuti saja, atau dari bos nya sudah menentukan harga buahnya, tetapi kalau saya mencantumkan harga buah yang murah atau buah yang sudah lama).

4) Apakah Anda Mengetahui Bahwa Dalam Jual beli harus adanya transparansi harga dan Kejujuran?

Lalu peneliti menanyakan apakah anda mengetahui bahwa dalam jual beli harus adanya transparansi harga dan kejujuran?

¹⁹⁶Ibid.

¹⁹⁷Ibid.

Kada tahu pang aku mun harus transparansi harga tu amun bejulan pastinya pedagang tu handak untung kalo, kayaitu pang caranya.¹⁹⁸

(Saya tidak tahu kalau harus ada transparansi harga itu kalau namanya berjualan pastinya ingin untung jadi seperti itu caranya)

Sebagai data pendukung peneliti memuat wawancara dari informan penelitian yaitu konsumen diantaranya sebagai berikut:

a) Informan Pertama (Konsumen 1)

Nama (Inisial	: IM
Alamat	: Jalan G.Obos 12
Pekerjaan	: Mahasiswa
Usia	: 22 Tahun
Agama	: Islam
Pendidikan Terakhir	: SMA

Wawancara yang peneliti lakukan bersama IM selaku informan penelitian dilakukan pada hari Minggu, 05 April 2020. Peneliti mengunjungi kediamannya.

Peneliti menanyakan apakah anda sering membeli buah dengan harga murah tetapi ternyata harga dan buah yang dijual berbeda, dan dimana anda membelinya?

Iya lumayan sering saya membeli buah dengan harga murah seperti itu, biasanya di pinggir jalan Cilik Riwut dan G.Obos.¹⁹⁹

¹⁹⁸Ibid.

¹⁹⁹IM, *Wawancara* (Palangka Raya, 04 April 2020).

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah anda mempertanyakan masalah ilusi harga dalam penjualan buah?

Tidak pernah saya tanya, cuma kaget saja kadang harga buah yang dicantumkan berbeda, saya kira sama harganya ternyata harga murah yang dicantumkan itu buahnya hampir busuk.²⁰⁰

Kemudian peneliti menanyakan apakah anda merasa dirugikan dan merasa tertipu dengan adanya ilusi harga dalam penjualan buah tersebut?

Iya saya merasa tertipu dengan ilusi harga tersebut, karena yang dicantumkan harga murah itu saya tertarik ingin membeli, ternyata saat singgah membeli buah harganya tidak sama dengan yang dicantumkan, ingin tidak jadi membeli tapi tidak enak, jadi dengan terpaksa saya membeli buahnya.²⁰¹

b) Informan Kedua (Konsumen 2)

Nama (Inisial) : MS
 Alamat : Jalan Mendawai Komplek Sosial
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Usia : 22 Tahun
 Agama : Islam
 Pendidikan Terakhir : SMA

Wawancara yang peneliti lakukan bersama MS selaku informan penelitian dilakukan pada hari Minggu, 05 April 2020. Peneliti mengunjungi kediamannya.

²⁰⁰Ibid.

²⁰¹Ibid.

Peneliti menanyakan apakah anda sering membeli buah dengan harga murah tetapi ternyata harga dan buah yang dijual berbeda, dan dimana anda membelinya?

Iya, saya pernah membeli buah dengan harga murah begitu, sering saya temukan di pinggir jalan Cilik Riwut dan G.Obos.²⁰²

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah anda mempertanyakan masalah ilusi harga dalam penjualan buah?

Iya, terkadang saya menanyakan kepada si penjual buah kenapa harga yang dicantumkan berbeda dengan harga aslinya.²⁰³

Kemudian peneliti menanyakan apakah anda merasa dirugikan dan merasa tertipu dengan adanya ilusi harga dalam penjualan buah tersebut?

Iya, saya merasa tertipu dengan ilusi harga yang pedagang buah itu lakukan, jadi saya tidak jadi membeli buahnya.²⁰⁴

c) Informan Ketiga (Konsumen 3)

Nama (Inisial) : MZ
Alamat : Jalan Cilik Riwut
Pekerjaan : Swasta
Usia : 25 Tahun
Agama : Islam
Pendidikan Terakhir : S1

²⁰²SW, *Wawancara* (Palangka Raya, 04 April 2020).

²⁰³Ibid.

²⁰⁴Ibid.

Wawancara yang peneliti lakukan bersama MZ selaku informan penelitian dilakukan pada hari Minggu, 05 April 2020. Peneliti mengunjungi kediamannya.

Peneliti menanyakan apakah anda sering membeli buah dengan harga murah tetapi ternyata harga dan buah yang dijual berbeda, dan dimana anda membelinya?

Iya, saya sering membeli buah dengan harga yang murah seperti itu sering saya temukan di pinggir jalan Cilik Riwut G.Obos kadang ada juga di pinggir jalan Diponegoro.²⁰⁵

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah anda mempertanyakan masalah ilusi harga dalam penjualan buah?

Iya kadang saya tanyakan kenapa harganya berbeda dengan yang dicantumkan, ternyata di dalam keranjang itu dipisah ada harga yang murah dan mahal, tapi yang dicantumkan hanya harga murah saja.²⁰⁶

Kemudian peneliti menanyakan apakah anda merasa dirugikan dan merasa tertipu dengan adanya ilusi harga dalam penjualan buah tersebut?

Iya, saya merasa tertipu dengan ilusi harga buah tersebut, karena sudah singgah disitu jadi saya terpaksa membeli buahnya.²⁰⁷

Berdasarkan pernyataan tiga informan di atas, mereka merasa awalnya tertarik melihat harga buah yang tercantum murah ternyata harga murah tersebut

²⁰⁵MZ, *Wawancara* (Palangka Raya, 05 April 2020).

²⁰⁶Ibid.

²⁰⁷Ibid.

merupakan ilusi harga yang dilakukan oleh pedagang buah dan membuat konsumen menjadi tertipu.

Kemudian dalam observasi peneliti, peneliti mencari tahu tentang ilusi harga yang dilakukan pedagang buah, dan juga mengamati ekspresi pedagang buah dan konsumen ketika dalam proses jual beli buah dengan ilusi harga tersebut. Peneliti dapat melihat secara langsung ketika pedagang buah melayani pembeli yang bertanya mengenai harga buah yang ternyata berbeda dengan yang dicantumkan. Ketika konsumen IM melihat pedagang buah N mencantumkan harga buah yang murah di jalan Cilik Riwut, ia pun singgah ingin membeli, setelah mengetahui harga buah tersebut tidak sama seperti yang dicantumkan, ternyata harga buah yang murah tadi ternyata buah yang sudah hampir busuk, sedangkan buah yang masih bagus harganya berbeda, konsumen tersebut merasa kaget, karena sudah terlanjur singgah ia pun terpaksa membeli buahnya. Sementara pedagang buah tersebut bersikap biasa saja sambil menjelaskan harga buahnya.

Hal yang sama juga dialami oleh konsumen MZ ketika ia melihat pedagang A yang berjualan buah di pinggir jalan Cilik Riwut yang harganya murah, ia singgah dan ingin membeli ternyata harga yang dicantumkan tersebut tidak sama dengan kenyataannya, karena sudah terlanjur singgah, ia pun terpaksa membeli buahnya.

Kemudian, peneliti juga melihat secara langsung ketika konsumen MZ membeli buah kepada pedagang I yang berjualan di pinggir jalan G.Obos yang harganya murah ternyata setelah bertanya kepada pedagang tersebut, harga buahnya berbeda dengan yang dicantumkan, konsumen tersebut merasa kecewa dengan wajah cemberut, ia pun membatalkan jual belinya.

C. Analisis Hasil Penelitian

Pada sub bab ini peneliti memaparkan hasil analisis dari data yang didapat dan digali sedalam mungkin sebagaimana yang terdapat pada rumusan masalah di Bab I. Analisis ini membahas secara berurutan pada fokus permasalahan yakni: *Pertama*, praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya. *Kedua*, faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam jual beli buah di kota Palangka Raya. *Ketiga*, pandangan hukum ekonomi syariah terhadap ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya. Adapun uraian analisis sebagaimana yang dimaksudkan di atas yakni sebagai berikut:

1. Praktik Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian pada bab sebelumnya, pelaksanaan ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya yaitu para pedagang buah membuat macam-macam bentuk pencantuman harga diantaranya ada yang dibuat tulisan harganya dengan bentuk kardus, spanduk, karton atau kertas yang dilaminating dengan tulisan besar dan dengan pencantuman harga yang murah tujuannya agar harga tersebut

terlihat dari jauh dan membuat calon konsumen yang melihat itu tertarik ingin membeli.

Menurut ibu N, ia membuat bentuk tulisan ilusi harga buah menggunakan kertas yang dilaminating kemudian di tulis dengan ukuran menggunakan spidol, agar tulisannya jelas dan kelihatan dari kejauhan. Pendapat ini didukung oleh ibu A, sama dengan apa yang dijelaskan oleh ibu N.

Menurut ibu RR, ia membuat bentuk tulisan ilusi harga buah menggunakan kardus kemudian ditulis dengan spidol, karena membuatnya mudah saja dan agar kelihatan tulisannya. Menurut bapak I, ia membuat bentuk tulisan ilusi harga tersebut hanya menggunakan karton putih besar yang ditulis dengan ukuran besar dan tebal, agar orang mengetahui harga buah yang saya jual kelihatan murah.

Menurut ibu R, ia membuat bentuk tulisan ilusi harga menggunakan karton yang dilapisi kardus dan ditulis dengan ukuran besar kemudian ditempel dengan lakban hitam, agar orang-orang mengetahui harga yang saya jual murah, karena kebanyakan pedagang menurutnya juga seperti itu. Menurut bapak AA, ia membuat bentuk tulisan ilusi harga buah menggunakan spanduk dengan tulisan besar kemudian ditempel, agar calon pembeli melihat dari kejauhan harga buah yang dijualnya.

Menurut hemat peneliti, dapat disimpulkan bahwasanya praktik ilusi harga dalam penjualan buah yang dilakukan para pedagang dengan

menggunakan berbagai macam bentuk dan tulisan harga untuk memberi informasi harga kepada calon konsumen serta menarik calon konsumen agar membeli dengan informasi harga murah tersebut padahal sebenarnya harga yang dicantumkan dan buah yang dijual harganya berbeda.

Kemudian cara pedagang buah menjelaskan kepada konsumen mengenai ilusi harga dalam penjualan buah yang dilakukannya serta mengenai konsumen yang pernah protes terhadap ilusi harga dalam penjualan buah. Menurut ibu N ia tidak ada menjelaskan kepada konsumen mengenai ilusi harga, kecuali jika ada yang bertanya baru akan dijelaskan, selama ia berjualan tidak ada konsumen yang protes, konsumen hanya bertanya saja, pernyataan ini juga didukung oleh ibu A dan RR, tidak pernah menjelaskan kepada konsumen mengenai ilusi harga buah. Menurut bapak I, biasanya konsumen bertanya mengenai harga setelah mengetahui bahwa harga yang dicantumkan berbeda dengan kenyataannya, konsumen membatalkan jual belinya. Kemudian, pernyataan ini juga diperkuat oleh ibu R, ketika konsumen mengetahui harga buahnya tidak sesuai dengan yang dicantumkan mereka tidak jadi membeli. Menurut bapak AA, ia tidak ada menjelaskan kepada konsumen mengenai harga karena menurutnya konsumen pasti sudah melihat harga yang dicantumkannya, kadang-kadang ada yang hanya bertanya harga tapi tidak membeli dan ada juga yang langsung membeli tanpa bertanya harga.

Dari uraian diatas berdasarkan teori kejujuran bahwa harus memberikan sesuatu yang benar atau sesuai dengan kenyataan.²⁰⁸ Kejujuran merupakan perhiasan orang berbudi mulia dan orang yang berilmu, oleh sebab itu sifat jujur sangat dianjurkan untuk dimiliki setiap umat Rasulullah SAW. Dengan demikian hal ini jelas bahwa para pedagang buah bersikap tidak jujur atas pencantuman harga dengan melakukan ilusi harga dalam penjualan buah, sikap tidak jujur tersebut artinya ia tidak jujur terhadap dirinya dan orang lain, adakalanya, berlaku tidak jujur juga kepada Allah dan Rasul-Nya. Padahal sebagai orang yang beriman sudah sepatutnya sikap jujur harus ada dalam sendi kehidupan terutama dalam berbisnis, tidak hanya mencari keuntungan pribadi semata.

Sudah sepatutnya pedagang hendaknya berlaku jujur, berterus terang, dan mengatakan yang sebenarnya, jangan berdusta. Para pedagang yang jujur, benar dan sesuai dengan ajaran Islam dalam berdagangnya mereka dikumpulkan dengan para nabi, sahabat, dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat, sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

أَتَّاجِرُ الصَّدُوقِ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الترمذی)

“Pedagang yang jujur dan terpercaya akan dikumpulkan bersama Nabi, para sahabat dan orang-orang mati syahid”. (HR. Tirmizi).

Berdasarkan sabda Rasulullah SWT tersebut menegaskan bahwa penjual yang jujur dan benar kelak di akhirat akan ditempatkan bersama

²⁰⁸Rusyan, “Pendidikan Budi”, 25.

para nabi, syuhada, dan orang-orang saleh. Hal ini menunjukkan tingginya derajat penjual yang jujur dan benar. Jual beli merupakan bagian dari *ta'āwun* (tolong menolong), bagi pembeli menolong penjual yang membutuhkan uang (keuntungan) sedangkan bagi penjual juga berarti menolong pembeli yang sedang membutuhkan barang. Karenanya jual beli ini merupakan perbuatan mulia dan pelakunya mendapat keridaan Allah SWT.

Kemudian konsumen selaku informan penelitian mengaku merasa tertipu dengan pelaksanaan ilusi harga yang dilakukan pedagang buah. *Pertama*, menurut informan IM, ia merasa tertipu dan merasa terpaksa membeli buah, karena harga buah yang dicantumkan ternyata berbeda. *Kedua*, menurut informan SW, ia tidak jadi membeli buah setelah mengetahui adanya ilusi harga. *Ketiga*, menurut informan MZ, ia merasa tertipu dengan ilusi harga yang dilakukan pedagang buah, karena sudah terlanjur singgah, jadi terpaksa membeli.

Berdasarkan uraian diatas konsumen ketika melihat pencantuman harga yang terkesan murah itu merasa tertarik ingin membeli ternyata saat dihampiri harga buah yang murah tersebut merupakan buah-buahan yang kualitasnya sudah tidak bagus, sedangkan buah-buahan yang masih bagus tidak dicantumkan harganya. Selain merasa tertipu para informan juga merasa terpaksa membeli setelah mengetahui harga buah yang sebenarnya.

Dalam hal ini maka di jelaskan dalam surah An-Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ ٢٩²⁰⁹

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.²¹⁰

Berdasarkan ayat tersebut dijelaskan bahwa dalam perniagaan dilarang melakukan dengan cara yang bathil, ilusi harga yang dilakukan pedagang buah tidak sesuai dengan transaksi ekonomi dalam *fiqh* muamalah seperti yang dijelaskan dalam ayat tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, ilusi harga yang dilakukan pedagang buah membuat konsumen merasa tertipu dan ada rasa ketidakpuasan seperti kaget dan kecewa sehingga membuat konsumen terpaksa membelinya.

Jual beli yang merupakan salah satu perbuatan hukum yang melibatkan pelaku usaha dan konsumen²¹¹ di mana terdapat aturan-aturan hukum yang harus dipenuhi untuk tidak terjadinya suatu perselisihan, kerugian, unsur tipu daya dan yang terpenting dalam jual beli harus adanya kejujuran dan transparansi harga dalam jual beli. Praktik ilusi harga yang dilakukan pedagang buah tersebut dapat dikatakan sebagai *gasyisyi* yaitu suatu tindakan penipuan dan kecurangan dengan menampilkan produk yang tidak sesuai dengan hakikatnya atau menyembunyikan cacat barang

²⁰⁹ An-Nisa, 4 : 29.

²¹⁰ Ibid., 77.

²¹¹ Muhammad Erwin dan Firman Freaddy Busroh, *Pengantar Ilmu Hukum* (Bandung: Refika Aditama, cet. ke-1, 2012), 53.

tanpa memberikan informasi kepada pembeli.²¹² Dalam hal ini, penjual melanggar syariat Islam yaitu pedagang menampilkan produk yang tidak sesuai dengan hakikatnya atau menyembunyikan cacat barang dengan memberikan informasi ilusi harga kepada calon pembeli.

Sebagian ulama menyebutkan siksa bagi orang yang menipu kaum muslimin dalam jual beli, diantaranya yaitu tidak diterima kesaksiannya karena fasiknya. Al-Zailany pengarang al-Bahr al-Raiq berkata: “Menyembunyikan cacat pada barang hukumnya haram. Apabila seseorang menjual barang, maka dia harus menjelaskan keberadaannya, jika tidak maka dia fasik dan tidak diterima kesaksiannya”.²¹³

Jual beli seperti ini dapat dikatakan tidak bernilai ibadah, tetapi sebaliknya, yaitu perbuatan dosa. Untuk menjadi pedagang yang jujur itu sangat berat, tetapi harus disadari bahwa kebohongan itu tidak ada gunanya. Untuk sementara, jual beli ini sepertinya menguntungkan untuk menarik calon pembeli, tetapi sangat merugikan, misalnya saja pembeli yang merasa tertipu dapat dipastikan tidak akan membeli buah ke tempat yang sama. Maka usaha yang baik dan jujur itu paling menyenangkan yang akan mendatangkan keberuntungan, kebahagiaan, dan sekaligus keridaan Allah SWT.

Dalam hal ini pedagang buah melakukan ilusi harga dengan menampilkan harga murah, namun ternyata harga murah tersebut merupakan buah yang sudah tidak bagus kualitasnya, dengan begitu calon

²¹²Erwin Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer* (Bogor: PT.Berkat Mulia Insani, 2016), 239.

²¹³Hidayat, “*Fiqh Jual Beli*”, 140.

pembeli (konsumen) tertarik membeli namun tidak mengetahui buah yang dicantumkan murah itu ternyata sudah tidak bagus kualitasnya.

Para ulama sepakat apabila pembeli mengetahui cacat yang disembunyikan oleh penjual, maka jual beli tersebut hukumnya sah. Akan tetapi ulama berbeda pendapat apabila pembeli tidak mengetahuinya apakah jual beli tersebut termasuk *fāsid* (rusak) atau sah.

Berdasarkan pernyataan para ulama maka, para ulama sepakat (*ijma*) mengenai sah hukumnya jual beli jika si pembeli mengetahui buah yang dibeli tersebut ada cacatnya. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Imam Nawawi dalam kitab *al-Majmu*: “Jika si pembeli mengetahui buah tersebut ada cacatnya, maka tidak ada perbedaan pendapat diantara para ulama mengenai tidak adanya hak *khiyar* padanya, karena keridhaannya.”²¹⁴

Adapun perbedaan pendapat (*ikhtilaf*) diantara mereka terjadi bilamana si penjual menyembunyikan cacat pada barang, sedangkan si pembeli tidak mengetahuinya. Maka dalam hal ini terdapat dua pendapat yaitu : 1). Sesungguhnya jual beli tersebut hukumnya batal. Ini adalah pendapat Daud al-Zhahiri dan Abu Bakar dari ulama Hanabilah, 2). Jual beli tersebut hukumnya sah, tapi berdosa. Tapi bagi si pembeli ada hak *khiyar*, jika cacat tersebut dapat menyebabkan berkurangnya harga barang. Ini adalah Hanafiyah, Syafi’iyah. Imam Ahmad, dan Malikiyah. Akan tetapi mereka berbeda pendapat apabila cacatnya barang tersebut tidak

²¹⁴Ibid

menyebabkan berkurangnya harga. Menurut Malikiyah, dalam hal ini bagi pembeli ada hak *khiyar*, sedangkan menurut ulama lainnya tidak ada hak *khiyar*.²¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti, peneliti mencari tahu tentang ilusi harga yang dilakukan pedagang buah, dan juga mengamati ekspresi pedagang buah dan konsumen ketika dalam proses jual beli buah dengan ilusi harga tersebut. Peneliti dapat melihat secara langsung ketika pedagang buah melayani pembeli yang bertanya mengenai harga buah yang ternyata berbeda dengan yang dicantumkan. Ketika konsumen IM melihat pedagang buah N mencantumkan harga buah yang murah di jalan Cilik Riwut, ia pun singgah ingin membeli, setelah mengetahui harga buah tersebut tidak sama seperti yang dicantumkan, ternyata harga buah yang murah tadi ternyata buah yang sudah hampir busuk, sedangkan buah yang masih bagus harganya berbeda, konsumen tersebut merasa kaget, karena sudah terlanjur singgah ia pun terpaksa membeli buahnya. Sementara pedagang buah tersebut bersikap biasa saja sambil menjelaskan harga buahnya.

Hal yang sama juga dialami oleh konsumen MZ ketika ia melihat pedagang A yang berjualan buah di pinggir jalan Cilik Riwut yang harganya murah, ia singgah dan ingin membeli ternyata harga yang dicantumkan tersebut tidak sama dengan kenyataannya, karena sudah terlanjur singgah, ia pun terpaksa membeli buahnya.

²¹⁵Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, 142.

Kemudian, peneliti juga melihat secara langsung ketika konsumen MZ membeli buah kepada pedagang I yang berjualan di pinggir jalan G.Obos yang harganya murah ternyata setelah bertanya kepada pedagang tersebut, harga buahnya berbeda dengan yang dicantumkan, konsumen tersebut merasa kecewa dengan wajah cemberut, ia pun membatalkan jual beli buahnya.

Dengan demikian maka, dapat disimpulkan jika konsumen merasa tidak nyaman karena sudah terlanjur singgah, dan dia rela maka, konsumen tetap meneruskan akadnya, walaupun menimbulkan rasa ketidakpuasan, serta merasa terpaksa untuk membeli buahnya, maka jual belinya tetap dapat dikatakan sah. Kemudian berdasarkan hasil penelitian juga ada pembeli yang setelah mengetahui hal tersebut ia protes dan membatalkan jual belinya. Hal ini boleh dilakukan karena bagi si pembeli ada memiliki hak *khiyar*.

Menurut hemat peneliti konsumen-konsumen tersebut mengalami ilusi harga (*price illusion*). Ilusi secara umum dipahami sebagai bagian dari studi psikologi, yaitu psikologi persepsi. Psikologi persepsi kajiannya adalah tentang persepsi dari pancaindera pada organisme non-manusia dan manusia menyangkut penglihatan, pendengaran, peraba, perasa, dan pembau atau penciuman, dalam hal ini ilusi yang dialami konsumen terjadi secara lebih khusus yaitu bagian dari persoalan persepsi visual, indera penglihatan yaitu mata, karena dengan harga murah yang dicantumkan pedagang buah tersebut menarik penglihatan konsumen untuk membeli.

2. Faktor Yang Melatarbelakangi Adanya Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya

Pada hakikatnya jual beli tidak dilarang dan diperbolehkan asalkan terpenuhinya akad, rukun, dan syarat sah jual beli. Rukun jual beli yang pada umumnya kita ketahui hanyalah kebutuhan pokok ataupun kebutuhan umum yang berkaitan dengan kehidupan manusia.

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian pada sub bab sebelumnya didapatkan bahwa yang menjadi faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya khususnya yang ada di pinggir jalan Cilik Riwut dan G.Obos kota Palangka Raya yaitu karena para pedagang buah mencantumkan harga buah yang murah, yang sebenarnya harga murah tersebut merupakan buah yang sudah lama dan kualitasnya sudah tidak layak untuk dijual.

Menurut ibu N, sebagai pedagang buah beliau sebelumnya membeli buah dengan bos buah sekaligus banyak dan buah tersebut sudah tercampur dengan buah yang sudah pecah-pecah dan buah yang masih bagus, ia menjual harga buah yang sudah pecah-pecah tersebut seharga Rp.8.000 per kilo sedangkan buah yang masih bagusnya dijual Rp.13.000 per kilo, akan tetapi yang dicantumkan hanya harga yang Rp.8.000 saja. Alasan ia melakukan ilusi harga tersebut agar banyak yang membeli buahnya karena jika dicantumkan harga murah biasanya banyak yang membeli, dalam menentukan harga buah dagangannya sudah dihitung dengan modal saat membeli dengan bos buah dan juga

disesuaikan dengan harga buah yang pecah-pecah. Selama berjualan tidak ada konsumen yang protes, hanya saja ada yang bertanya kenapa harga buah yang dicantumkan berbeda dengan yang dibelinya.

Pernyataan ini didukung oleh ibu A, dan RR, faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah tentunya agar calon pembeli tertarik membeli buah apalagi jika sedang musim buah langsung, beliau berjualan di pinggir jalan besar Cilik Riwut yang lokasinya cukup strategis. Kemudian disambung dengan pernyataan bapak AA, buah yang dicantumi harga murah agar cepat laku, kalau buah yang sudah lama jika dibuang sayang karena biasanya buahnya banyak jadi masih dijual, pembeli biasanya tidak memperhatikan buahnya saat membeli.

Menurut bapak I, buah yang beliau jual sudah tercampur yang masih bagus dan tidak jadi harganya diratakan dan dijual seharga Rp.6.000 per kilo, akan tetapi jika ada buah yang baru datang buahnya dipisah dan dijual Rp.10.000 per kilo, akan tetapi harga buah yang dicantumkan hanya harga yang Rp.6.000 tadi saja agar cepat laku dan lekas habis buahnya.

Kemudian mengenai transparansi harga dan kejujuran dalam jual beli, para pedagang buah sudah mengetahui harus adanya sikap jujur dan transparansi harga dalam jual beli, akan tetapi karena untuk mencari keuntungan maka para pedagang buah tersebut mengabaikan sikap jujur dan transparansi harga dalam jual beli.

Menurut ibu N, Ia mengetahui harus adanya sikap jujur tetapi agar dagangannya cepat habis maka ia melakukan ilusi harga tersebut. Pendapat ini didukung oleh ibu A, sama dengan apa yang dijelaskan oleh ibu N. Menurut ibu RR, Ia mengetahui saja bahwa harus jujur, tetapi jika mencantumkan harga murah akan menarik calon pembeli. Menurut bapak I, ia juga mengetahui bahwa harus ada transparansi harga, akan tetapi yang penting baginya ia berjualan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Menurut ibu R, Ia juga mengetahui bahwa harus ada transparansi harga dan kejujuran, tetapi ia tetap melakukan ilusi harga dalam penjualan buah. Menurut bapak AA, mengenai transparansi harga dan kejujuran ia tidak mengetahui bahwa harus ada transparansi harga yang penting baginya berjualan dapat keuntungan.

Menurut hemat peneliti dapat disimpulkan bahwasanya, faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah ini antara lain yaitu :

- a. Pedagang buah meyakini jika mencantumkan harga buah yang murah atau ilusi harga dapat membuat calon pembeli tertarik untuk membeli. Agar banyak konsumen yang membeli setelah melihat harga buah yang murah.
- b. Tempat pedagang berjualan di pinggir jalan besar Cilik Riwut dan G.Obos kota Palangka Raya yang lokasinya cukup strategis.
- c. Buah yang sudah tidak bagus kualitasnya sayang jika tidak dijual lagi karena masih bisa dicampur dengan buah yang masih bagus, dengan

demikian maka, pedagang buah mengelabui calon konsumen dengan ilusi harga.

- d. Melakukan ilusi harga buah tersebut merupakan salah satu strategi para pedagang dalam berjualan.
- e. Kurangnya tingkat pemahaman tentang transparansi harga dan kejujuran pedagang dalam etika dan hukum.

Beranjak dari paparan kesimpulan diatas dan berdasarkan penjelasan hasil penelitian faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah dalam syarat sah jual belinya mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- a. *Jaha>lah* (ketidaktahuan), di sini maksudnya ialah ketidakjelasan pedagang buah kepada konsumen dalam membuat pencantuman harga buah, dalam artian pedagang buah hanya mencantumkan harga buah yang murah saja sehingga membuat kosumen terkecoh dengan ilusi harga yang dilakukan pedagang buah.
- b. Kebohongan atau spekulasi, di sini maksudnya tindakan pedagang buah yang tidak jujur terkait harga buah yang mereka jual.

Dari uraian diatas maka ilusi harga dalam penjualan buah ini telah melanggar syarat sah dalam jual belinya karena mengandung unsur *jaha>lah* (ketidaktahuan) dan kebohongan atau spekulasi. Akan tetapi jual beli seperti ini dapat dikatakan tetap sah karena terpenuhinya rukun-rukun dalam jual beli yaitu ada orang yang berakad, ijab kabul, ada barang yang dibeli, dan ada nilai tukar pengganti barang. Walaupun

dikatakan sah namun jual beli ini menimbulkan rasa ketidakpuasan kepada konsumen. Kemudian, berdasarkan teori etika bisnis Islam para pedagang buah yang melakukan ilusi harga tersebut telah melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu seharusnya menjual barang yang baik mutunya (*quality*), kemudian seharusnya menetapkan harga dengan transparan, padahal sebagai seorang muslim sudah sepatutnya memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam berdagang ataupun berbisnis yang sesuai dengan syariat Islam dan berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.

Kemudian berdasarkan hasil penelitian penetapan harga yang dilakukan pedagang buah, cara menetapkan harga yang dilakukan pedagang buah menurut Kotler diantaranya:

1) Memilih tujuan dalam penetapan harga

Tujuan lain, di sini maksudnya pedagang buah menggunakan harga sebagai alat strategis dalam berdagang untuk membuat daya tarik konsumen.

2) Memilih metode penetapan harga

Penetapan harga markup, di sini maksudnya pedagang buah menetapkan harga dagangannya dengan metode membeli buahnya dari bos buah dan menjual kembali buah tersebut setelah terlebih dahulu ditambah dengan biaya-biaya.

3) Penetapan harga nilai

Penetapan harga *going rate*, di sini maksudnya pedagang buah

mengenakan harga yang sama, lebih mahal, atau lebih murah

Penetapan harga *going rate*, di sini maksudnya pedagang buah mengenakan harga yang sama, lebih mahal, atau lebih murah dibandingkan harga pesaing utama.

Pada fluktuasi harga pedagang buah dalam menetapkan harganya bisa mengatur sendiri harga buah yang akan diterapkannya dengan memperhitungkan pengeluaran-pengeluaran biaya seperti angkutan atau jasa perantara. Pedagang buah juga seringkali menetapkan harga berdasarkan harga pasaran karena melihat dari pedagang-pedagang buah lainnya dalam menetapkan harga.

Kemudian, berdasarkan teori penetapan harga para pedagang buah menetapkan harga buahnya sesuai dengan strategi penetapan harga karena harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga. Harga buah yang dijual berdasarkan mutu dan kualitasnya, jika kualitasnya bagus tentu harganya mahal, sedangkan jika kualitasnya kurang bagus tentu harganya lebih murah, akan tetapi yang dilakukan pedagang buah di sini melakukan ilusi harga sehingga membuat konsumen tertipu.

Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian ilusi harga dalam penjualan buah ini sudah terpenuhinya rukun-rukun akad diantaranya yaitu, para pihak yang membuat akad, pernyataan kehendak para pihak,

objek akad dan tujuan akad. Kemudian, dalam akadnya dapat dikatakan melanggar unsur-unsur penyempurna atau disebut dengan syarat-syarat keabsahan akad (*syuruth ash-Shibbah*) yaitu berdasarkan rukun yang kedua, menurut *jumhur* ulama ahli hukum Islam syarat kedua dari rukun kedua ini memerlukan penyempurna, yaitu persetujuan ijab dan kabul itu harus dicapai secara bebas tanpa paksaan. Bilamana terjadi dengan paksaan, maka akadnya *fāsid*, di sini maksudnya dalam ilusi harga dalam penjualan buah beberapa konsumen ada yang merasa terpaksa membeli setelah mengetahui harga sebenarnya maka, jika terdapat unsur terpaksa atau paksaan maka akadnya *fāsid*.²¹⁶

Akan tetapi, menurut Zufar²¹⁷ yang dikutip oleh Syamsul Anwar dalam bukunya Hukum Perjanjian Syariah, menjelaskan bahwa bebas dari paksaan bukan syarat keabsahan, melainkan adalah syarat berlakunya akibat hukum (*syarat an-nafadz*). Artinya, menurut Zufar, akad yang dibuat dengan paksaan adalah sah, hanya saja akibat hukumnya belum dapat dilaksanakan (masih tergantung, *mauquf*). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan syarat berlakunya akibat hukum maka, jika konsumen merasa terpaksa saat membeli buah tersebut akadnya sah, tetapi akibat hukumnya belum dapat dilaksanakan (masih tergantung, *mauquf*).²¹⁸

Menurut hemat peneliti berdasarkan uraian-uraian di atas faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah di kota

²¹⁶Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, 100.

²¹⁷Zufar adalah ahli hukum Hanafi.

²¹⁸*Ibid*.

Palangka Raya telah melanggar syarat sah jual beli dalam akad dan ijab kabulnya, akan tetapi dalam rukun jual beli dan akadnya terpenuhi, sehingga dapat dikatakan sah walaupun menimbulkan rasa ketidakpuasan pada konsumen, dalam menetapkan harga buah maka dapat dikatakan telah sesuai dengan strategi penetapan harga dalam bauran pemasaran yang pendapatannya semua elemennya hanya mewakili harga.

3. Pandangan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah di Kota Palangka Raya

Sebelum peneliti menguraikan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya terlebih dahulu akan diuraikan secara singkat tata cara jual beli secara benar menurut hukum ekonomi syariah.

Jual beli merupakan akad umum digunakan oleh masyarakat, karena dalam setiap pemenuhan kebutuhannya, masyarakat tidak bisa berpaling untuk meninggalkan akad ini. Secara bahasa, jual beli (*al-bai'*) bermakna pertukaran (*al-mubadalah*). Lafazh *al-bai'* dan *al-syira* memiliki kesamaan makna dan salah satunya bisa digunakan untuk menyebut yang lain. Adapun dalam makna keagamaan, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta yang lain secara suka rela tanpa paksaan atau perpindahan kepemilikan dengan ganti yang disetujui.²¹⁹

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1457 dan 1458 disebutkan bahwa jual beli adalah suatu perjanjian, dimana pihak

²¹⁹Ibid., 142.

yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan, dan pihak lain untuk membayar harga yang sudah diperjanjikan. Jual beli itu dianggap telah terjadi antara kedua belah pihak, seketika setelahnya orang-orang ini mencapai kata sepakat tentang kebendaan tersebut dan harganya, meskipun kebendaan itu belum diserahkan maupun harganya belum dibayar.²²⁰

Dalam Q.S. An-Nisa ayat 29, menjelaskan tentang larangan kaum muslim saling memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil, kecuali suka sama suka dan melalui jalan perniagaan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ ٢٩

Artinya:

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.²²²

Berdasarkan ayat tersebut Menjelaskan bahwa jual beli dengan tidak mengikuti ketentuan Hukum Ekonomi Syariah tidak diperbolehkan dan tidak sah, seperti terdapat penipuan dan kecurangan serta saling menjatuhkan. Dalam jual beli menurut Hukum Ekonomi Syariah harus memiliki prinsip kerelaan, prinsip keadilan, prinsip kejujuran, prinsip keridhaan, prinsip tolong menolong, prinsip bermanfaat dan prinsip tidak terlarang.

²²⁰Tim Permata Press, *Burgelijk Wetboek, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Jakarta: Permata Press), 342.

²²¹An-Nisa, 4: 29.

²²²Ibid., 77.

Mengenai rukun dan syarat jual beli dianggap sah apabila memenuhi rukun dan syarat, adanya barang yang diperjual belikan, penjual dan pembeli, uang atau harga barang (nilai tukar barang), ijab dan qabul (akad). Dari beberapa penjelasan di atas adapun ayat Al-Qur'an yang mengatakan bahwa syarat dan rukun harus dilakukan dengan jalan atau aturan yang jelas. Berakal, jual beli hendaknya dilakukan dalam keadaan sadar dan sehat.

Syarat jual beli dan akibatnya terhadap akad, dalam akad jual beli harus disempurnakan 4 macam syarat,²²³ yakni syarat *in'iqad*, syarat sah, syarat *nafadz*, dan syarat *luzum*. Tujuan adanya syarat-syarat ini adalah untuk mencegah terjadinya pertentangan, perselisihan, dan persengketaan di antara pihak yang bertransaksi, serta menghindari terjadinya kemungkinan manipulasi, menghilangkan kerugian karena faktor ketidaktahuan.

Dalam muamalah, terdapat karakteristik jual beli yang diharamkan yakni jual beli yang mengandung *garar* dan *ghasyisyi*. Jual beli yang dimaksud yakni apabila dalam bertransaksi terdapat unsur ketidakpastian bahkan penipuan terhadap objek baik dari segi kualitas, kuantitas, harga, dan waktu penyerahan²²⁴ yang dapat merugikan bahkan dapat mereduksi prinsip *at-tarāḍi* (rela sama rela). Sebelum tahap transaksi, tentu dalam prosesnya melewati tahap pra transaksi terlebih dahulu. Ilusi harga dalam penjualan buah tergolong dalam proses yang

²²³Ibid., 34.

²²⁴Adiwarman A. Karim dan Oni Sahroni, *Garar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih & Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 77.

terjadi sebelum adanya transaksi yang mana penerapan ilusi harga dalam penjualan buah tersebut telah menimbulkan unsur penipuan pada harga.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan ilusi harga dalam penjualan buah yang dilakukan pedagang buah dalam syarat sah nya terdapat *jahalah* (ketidaktahuan) dan kebohongan atau spekulasi. Selain terdapat dalam syarat sah nya juga terdapat dalam syarat *luzum* yaitu saat pembeli mengetahui bahwa pedagang buah melakukan ilusi harga dan setelah melihat bahwa buah yang dijual murah tersebut sudah tidak bagus kualitasnya maka si pembeli memiliki hak *khiyar* untuk meneruskan jual beli atau membatalkannya, berdasarkan penelitian informan penelitian yang merasa tertipu dengan adanya ilusi harga dalam penjualan buah ada yang memilih tetap membeli dan ada yang memilih membatalkan jual belinya.

Dalam hukum Islam untuk terbentuknya suatu akad (perjanjian) yang sah dan mengikat haruslah terpenuhi rukun akad dan syarat akad. Syarat akad dibedakan menjadi empat macam, yaitu:

- a. Syarat terbentuknya akad (*Syuruth Al-In 'Iqad*)
- b. Syarat-Syarat Keabsahan Akad (*Syuruth Ash-Shibbah*)
- c. Syarat Berlakunya Akibat Hukum (*Syuruth An-Nafadz*)
- d. Syarat Mengikatnya Akad (*Syarthul Luzum*)

Ditinjau dari *Qiyās*

Berdasarkan paparan sebelumnya dalam praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya Peneliti menggunakan teori *qiyās* dalam analisisnya. Dalam menerapkan teori terlebih dahulu peneliti uraikan melalui rukun *qiyās*, yaitu *aṣl*, *far'ūn*, hukum *aṣl* dan *illat* hukum. Peneliti uraikan melalui tabel sebagai berikut:

<i>Aṣl</i> /Pokok	<i>Far'ūn</i> /Cabang	<i>Illat</i>	Hukum <i>Aṣl</i>
Jual beli yang bathil	Ilusi harga	<i>Gasyisyi</i>	<i>Fāsid</i> dari syarat keabsahan akad dan <i>mauquf</i> dari syarat berlakunya akibat hukum.

Berdasarkan tabel diatas sesuai dengan rukun *qiyās*, *aṣl*/pokok disini merupakan jebakan harga yang kasusnya telah ditetapkan hukumnya melalui *naṣ* Al-qur'an atau sunnah. *far'ūn* atau cabang disini adalah ilusi harga yaitu suatu hukum yang belum ada ketetapan hukumnya berdasarkan *naṣ* Al-qur'an dan sunnah.

Illat hukum disini yaitu *Gasyisyi* yaitu sifat yang menjadi dasar penetapan hukum pada *aṣl* dan oleh karena sifat tersebut juga terdapat pada *far'ūn*, maka *far'ūn* disamakan hukumnya dengan *aṣl*. Kemudian hukum *aṣl* disini yaitu *fāsid* berdasarkan syarat keabsahan akad, dan *mauquf* berdasarkan syarat berlakunya akibat hukum. Hukum *aṣl* ini adalah hukum *syara'* yang ditetapkan oleh *naṣ* pada *aṣl* dan ingin ditetapkan juga pada *far'ūn*. Dalam ayat Al-quran

surah An-Nisa ayat 29 dijelaskan mengenai larangan perdagangan dengan cara yang bathil yaitu adanya unsur tipu daya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ۲۹²²⁵

Artinya :

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 adalah Maha Penyayang kepadamu.²²⁶

Berdasarkan macam-macam *qiyās* menurut peneliti dalam kasus ini dari segi kekuatan *illat* yang terdapat pada *aṣl* dan *far'ūn*, ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya termasuk dalam *qiyās musāwī*, *qiyās* ini merupakan *qiyās* yang dimana *illat* hukum yang terdapat pada *far'ūn* sama kuatnya dengan *illat* yang terdapat pada *aṣl*. Maksudnya disini yaitu meng*qiyās* kan antara jebakan harga dalam jual beli dan ilusi harga dalam jual beli. *Illat* hukum pada kedua kasus ini sama jenisnya, yaitu sama-sama membuat *gasyisyi* penipuan dan sama kuatnya.

Kemudian berdasarkan kaidah *fiqh* nya, termasuk ke dalam kaidah pokok “Apabila halal dan haram berkumpul, maka dimenangkan yang haram”, mencakup kaidah *furū'* yaitu :

إِذَا تَعَارَضَ الْمَانِعُ وَالْمُتَمَتِّضُ يُقَدَّمُ الْمَانِعُ

²²⁵An-Nisa, 4: 29.

²²⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, 82.

Apabila saling bertentangan ketentuan hukum yang mencegah dengan yang menghendaki pelaksanaan suatu perbuatan, niscaya didahulukan yang mencegah.²²⁷

Maksudnya ialah apabila dalam suatu hal atau suatu pekerjaan, yang di situ terdapat sesuatu yang mengkhawatirkan dan mengharuskannya untuk dicegah, namun di situ juga terdapat sesuatu hal yang mengandung ketentuan agar dilaksanakan, maka harus dimenangkan yang mencegahnya.²²⁸ Maka, dalam hal ini *aşl*/pokok dari ilusi harga yaitu jual beli yang bathil, yaitu adanya unsur tipu daya yang sesuai dengan kaidah ini hukum *aşl* nya *fāsid* berdasarkan syarat keabsahan hukum dan *mauquf* berdasarkan syarat berlakunya hukum yang lebih baik dicegah walaupun dengan adanya ilusi harga tersebut merupakan suatu strategi pedagang untuk membuat konsumen tertarik, akan tetapi dimenangkan oleh yang mencegah berdasarkan kaidah ini.

²²⁷Imam Masbukin, *Qawa'id Al-Fiqhiyah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2001), 113.

²²⁸Ibid.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya yang dilakukan para pedagang buah yaitu menggunakan berbagai macam bentuk-bentuk dan tulisan harga sehingga membuat konsumen merasa tertipu, menimbulkan rasa ketidakpuasan, konsumen merasa kaget dan kecewa serta membuat konsumen terpaksa untuk membeli. Macam-macam bentuk pencantuman harga diantaranya ada yang dibuat tulisan harganya dengan bentuk kardus, spanduk, karton atau kertas yang dilaminating dengan tulisan besar dan dengan pencantuman harga yang murah tujuannya agar harga tersebut terlihat dari jauh dan membuat calon konsumen yang melihat itu tertarik ingin membeli. Pelaksanaan ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya dapat dikatakan *gasyisyi* yaitu suatu tindakan penipuan dan kecurangan dengan menampilkan produk yang tidak sesuai dengan hakikatnya atau menyembunyikan cacat barang tanpa memberikan informasi kepada pembeli.
2. Faktor yang melatarbelakangi adanya ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya yaitu, agar konsumen tertarik membeli, lokasi

penjualan yang strategis, mengelabui konsumen, merupakan strategi dalam penjualan dan kurangnya tingkat pemahaman tentang transparansi harga dan kejujuran pedagang dalam etika dan hukum. Ilusi harga dalam penjualan buah dalam syarat sah jual belinya mengandung unsur-unsur *jaha>lah* (ketidaktahuan), dan kebohongan atau spekulasi. Jual beli dalam ilusi harga ini tetap sah karena terpenuhinya rukun-rukun dalam jual beli walaupun menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Kemudian berdasarkan teori etika bisnis Islam yaitu seharusnya menjual barang yang baik mutunya (*quality*) dan seharusnya menetapkan harga dengan transparan, padahal sebagai seorang muslim sudah sepatutnya memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam berdagang ataupun berbisnis yang sesuai dengan syariat Islam dan berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.

3. Berdasarkan pandangan hukum ekonomi syariah praktik ilusi harga dalam penjualan buah di kota Palangka Raya ini ditinjau dari *qiyās* maka termasuk dalam *qiyās musāwī*, *qiyās* ini merupakan *qiyās* yang dimana *illat* hukum yang terdapat pada *far'ūn* sama kuatnya dengan *illat* yang terdapat pada *aṣl*. Maksudnya disini yaitu meng*qiyās* kan antara jebakan harga dalam jual beli dan ilusi harga dalam jual beli. *Illat* hukum pada kedua kasus ini sama jenisnya, yaitu sama-sama membuat *gasyisyi* penipuan dan sama kuatnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran-saran untuk dicermati dan ditindaklanjuti. Adapun yang peneliti sarankan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepada para subjek atau pedagang buah agar bisa menerapkan etika bisnis dalam Islam sehingga dapat terciptanya sikap mengedepankan kejujuran dan transparansi harga dalam berdagang, sehingga tidak membuat calon pembeli merasa tertipu dan terpaksa membeli.
2. Kepada calon konsumen dalam melakukan pembelian harus benar-benar teliti terhadap informasi pencantuman harga dalam penjualan buah dari segi kesesuaian harga, kualitas dan kuantitas dengan buah yang diinginkan oleh calon konsumen.
3. Dalam jual beli dan kajian hukum ekonomi syariah sudah sepatutnya para pelaku usaha atau pedagang buah menerapkan unsur-unsur syarat sah dalam jual beli serta memperhatikan transparansi harga dan kejujuran serta etika dalam bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku dan E-Book

- Abdul ‘Al, Abdul Hayy. *Pengantar Uşūl Fikih*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2014.
- Abdullah, Boedi. dan Saebani, Beni Ahmad. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung : CV Pustaka Setia, 2014.
- Abdullah, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 4*, (Kairo: Pustaka Imam Asy-Syafii, 2012.
- Alma, Buchari. *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2005.
- Amirrudin, *Pengantar Metodologi Hukum*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Angipora, Marius P. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2010.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*. Semarang; Walisongo Press, 2009.
- Arifin, Miftahul. dan Hag, A. Faisal *Uşūl Fiqh Kaidah-Kaidah Penetapan Hukum Islam*. Surabaya: Citra Media, 1997.
- Arifin, Muhammad. *Sifat Perniagaan Nabi*. Bogor: Pustaka Darul Ilmi, 2008.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, Cet. keI, 1998.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Badan Pusat Statistik, *Kota Palangka Raya Dalam Angka 2020*. Palangka Raya: BPS Kota Palangka Raya, 2020.
- Bakry, Nazar. *Fiqh dan Uşūl Fiqh*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003.

- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, Cet. 2, 2003.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press, 2003.
- Dahlan, Abd. Rahman. *Uşul Fiqh*. Jakarta: Amzah, 2011).
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan Untuk Wanita*. Jakarta: Wali, 2012.
- Departemen Agama, *Alquran dan Terjemahnya*. Jakarta: Departemen Agama, 1990.
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* Jakarta : Kencana, 2013.
- Djalil, A. Basiq. *Ilmu Uşul Fiqh 1 dan 2*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010.
- Erwin, Muhammad. dan Busroh, Firman Freaddy. *Pengantar Ilmu Hukum*. Bandung: Refika Aditama, cet. ke-1, 2012.
- Ghazaly, Abdul Rahman dkk. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Gaya Media Pratama, 2007.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Hidayat, Enang. *Fiqh Jual Beli*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015.
- Hikmawati, Fenti. *Metodologi Penelitian* Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Huda, Qamarul. *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta, Teras, 2011.
- Karim, Adiwarmen A. dan Sahroni, Oni, *Garar dan Kaidah-Kaidah Ekonomi Syariah: Analisis Fikih & Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum* Jakarta: Prenadamedia Group, 2005.
- Miru, Ahmadi. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif :Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Cet. 34, 2015.
- Mujib, Abdul. *Kaidah-Kaidah Fiqh*. Jakarta: Kalam Mulia, 2001.
- Musbikin, Imam. *Qawa'id al-Fiqhiyah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2001.
- Nasution, S. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, Cet. ke-VII, 2004.
- Nawawi, Ismail. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor: Ghalia Indonesia: 2012.
- Qordhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Qudamah, Ibnu. *Al-Mughni (Penerjemah Anshari Taslim Pembahasan Tentang Sifat Haji dan Jual Beli)* Jilid 5. Jakarta Selatan : Pustaka Azzam, 2008.
- Rusyan, A.Tabrani. *Pendiidikan Budi Pekerti*. Jakarta: Inti Media Cipta Nusantara, 2006.
- Sabiq, Sayyid. *Fiqh as-Sunnah*. Semarang :Toha Putra, 2012.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Subagyo, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2015.
- Sunyoto, Danang. *Ekonomi Manajerial Konsep Terapan Bisnis*. Jakarta: CAPS, 2013.
- Supardan, *Pengantar Ilmu Sosial*. Bandung: Bumi Aksara, 2007.

- Suwarjin, *Uşul Fiqh*. Yogyakarta: Teras, 2012.
- Tarmizi, Erwin. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: PT. Berkat Mulia Insani, 2016.
- Tarmizi, Erwin. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: PT. Berkat Mulia Insani, 2016.
- Tim Permata Press, *Burgeljik Wetboek, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Permata Press, 2013.
- Tim Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*. Jakarta: PT. Reality Publisher, 2008.
- TIM. *Pedoman Penulisan Makalah, Proposal dan Skripsi Fakultas Syariah IAIN Palangka Raya*. Palangka Raya: Fakultas Syari'ah IAIN Palangka Raya, 2020.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- Uman, Chaerul. *Uşul Fiqh 1*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2000.
- Usman, Muchlis. *Kaidah-Kaidah Uşul iyyah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999.
- Usman, Muchlis. *Qawaid Al-Fiqhiyyah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001.
- Utsman, Sabian. *Dasar-Dasar Sosiologi Hukum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Utsman, Sabian. *Metodologi Penelitian Hukum Progesif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Waluyo, Bambang. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika, 2002
- Widodo, *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada, Cet. ke-II, 2018.
- Winardi, *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Mandar Maju, 2001.

B. Jurnal, Skripsi, Thesis, Disertasi, dan Lainnya

- Faradis, Arina Widda. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Strategi Penawaran Harga Jebakan di Beberapa Tempat Penjualan di Kota

Yogyakarta dan Sekitarnya”. Skripsi- UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018.

Mahdyyah, Almaulal. “Penetapan Harga di Kalangan Pedagang Buah di Pasar Peterongan Jombang Tinjauan Hukum Islam”. Skripsi-UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2016.

Mushbihah, Siti. “Pembagian Harta Waris Menggunakan Undi (Studi di Desa Cempaka Mulia Barat Kecamatan Cempaga Kabupaten Kotawaringin Timur)”. Skripsi-IAIN Palangka Raya: Palangka Raya, 2016, IAIN Palangka Raya, 2016.

Nuryadin, Muhammad Birusman, “Harga Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. IV, No 1 Februari 2013.

Sufyan, Ahmad, “Urf dan Justifikasinya dalam Analisis Hukum Fiqh Al-Mu‘Amalat” *Jurnal Syariah*, Jil. 16, 2008.

Sugiarti, “Sistem Jual Beli Buah Secara Borongan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Pa’baeng – Baeng Makassar)”. Skripsi-UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2017.

Syarifuddin, Ahmad. “Jual Beli Tanpa Label Harga Pesrspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Studi Pada Rumah Makan di Kota Palangka Raya)”. Skripsi- IAIN Palangka Raya, Palangka Raya, 2017.

C. Situs Internet

Amin, “Pengertian Ilusi”, dalam <http://dosenpendidikan.co.id/pengertian-ilusi/>, 28 Juli 2020.

Portal Resmi Pemerintah Kota Palangka Raya, “Gambaran Umum Kota Palangka Raya”, dalam <https://palangkaraya.go.id/selayang-pandang/gambaran-umum/>, 02 Juni 2020.

Portal Resmi Pemerintah Kota Palangka Raya, “Sejarah Palangka Raya”, dalam <https://palangkaraya.go.id/selayang-pandang/sejarah-palangka-raya/>, 02 Juni 2020.

Portal Resmi Pemerintah Kota Palangka Raya, “Struktur Organisasi”, dalam <https://palangkaraya.go.id/pemerintahan/struktur-organisasi/>, 02 Juni 2020.

Portal Resmi Pemerintah Kota Palangka Raya, “Visi Misi Kota Palangka Raya”, dalam <https://palangkaraya.go.id/pemerintahan/visi-misi/>, 02 Juni 2020.

Setiawan, Samhis, “Pengertian Penjualan”, dalam <http://www.gurupendidikan.co.id/2020/01/pengertian-penjualan.html/>, 13 Maret 2020.

Tuasikal, Muhammad Abduh, “Tanpa Judul”, dalam <https://rumaysho.com/8197-kaedah-fikih-16-hukum-adat-kebiasaan-manusia-asalnya-boleh.html/>, 23 Maret 2019.

Zalfa, Annasya Nada, “Pengertian Fluktuasi Harga”, dalam <http://annasyanadazalfa.blogspot.com/2013/09/27/pengertian-fluktuasi-harga/>, 13 Maret 2020.

D. Observasi dan Wawancara

A, *Wawancara*. Palangka Raya, 05 April 2020.

AA, *Wawancara*. Palangka Raya, 05 April 2020.

DN, *Wawancara*. Palangka Raya, 14 Januari 2020.

I, *Wawancara*. Palangka Raya, 04 April 2020.

IM, *Wawancara*. Palangka Raya, 04 April 2020.

MZ, *Wawancara*. Palangka Raya, 05 April 2020.

N, *Wawancara*. Palangka Raya, 04 April 2020.

Observasi. Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah. Palangka Raya, 05 April 2020.

Observasi. Ilusi Harga Dalam Penjualan Buah (Palangka Raya, 14 Januari 2020).

R, *Wawancara*. Palangka Raya, 04 April 2020.

RR, *Wawancara*. Palangka Raya, 05 April 2020.

SW, *Wawancara*. Palangka Raya, 04 April 2020.