

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi semakin canggih dan meningkat dari tahun ke tahun, termasuk handphone atau telpon genggam. Penggunaan telpon genggam yang sekarang dikenal dengan sebutan smartphone atau telpon pintar ini semakin canggih dan menjadi trend tersendiri dalam masyarakat sekarang. Smartphone yang menyediakan fitur-fitur dan layanan hampir menyamai komputer ini memberikan banyak kemudahan untuk penggunanya. Indonesia juga menunjukkan pertumbuhan pengguna smartphone yang semakin tinggi, tercatat dari 268,2 juta penduduk Indonesia pengguna smartphone berjumlah 355,5 juta artinya peredaran jumlah smartphone di Indonesia lebih besar dari jumlah penduduk Indonesia.¹

Menurut laporan APJII, dari total populasi penduduk yang mencapai 266,91 juta orang ternyata ada 196,71 juta di antaranya yang terhubung jaringan internet sepanjang 2019-2020 (Q2). Dibandingkan tahun sebelumnya, ada pertumbuhan 25,54 juta pengguna internet di 2018. Dilihat dari persentase adanya kenaikan dari 64,8% - 73,7 % ini menunjukkan lebih dari setengah jumlah penduduk Indonesia menggunakan internet.² Dari data tersebut menyimpulkan terjadinya kenaikan yang signifikan setiap tahunnya.

¹ Tim Media Websindo, “Indonesia Digital 2019: Tinjauan Umum” <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum>, diakses pada Januari 2020

² Tim APJII, *Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020 (Q2)* <https://apjii.or.id/survei>, diakses pada 25 Maret 2021.

Berbagai macam merk smartphone yang bisa dijumpai, salah satu merk smartphone yang sedang merajai pangsa pasar Indonesia adalah OPPO. OPPO Electronics Corp adalah produsen elektronik yang berbasis di Dongguan, Guangdong, Cina. Didirikan pada tahun 2004, perusahaan ini telah terdaftar dengan nama merek OPPO di belahan dunia.

OPPO terkenal dari seri pertamanya, yaitu OPPO Find 5. Menurut laporan IDC, OPPO menduduki peringkat ke-4 merk smartphone di seluruh dunia pada tahun 2017, dan merupakan merk smartphone nomor 1 di China pada tahun 2016.³

OPPO berada di peringkat 4 brand smartphone secara global sejak 2016 dan menghadirkan pengalaman selfie terbaik untuk lebih banyak lagi kaum muda di seluruh dunia. Selama 10 tahun terakhir, OPPO fokus memberi terobosan di teknologi selfie. OPPO menciptakan *selfie beautification* dan mendorong tren selfie di industri smartphone. Pada 2017, OPPO memperkenalkan A.I. pada kamera depan dan memimpin era baru untuk selfie.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 tahun 1995 kemitraan adalah kerja sama usaha antara usaha kecil dan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.⁴

³ <https://id.wikipedia.org/wiki/OPPO>

⁴ Jeane neltje saly, *Usaha Kecil, Penanaman Modal Asing Dalam Perespektif Pandangan Internasional*, Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2001, h. 35

Sebagai makhluk sosial sudah menjadi kodratnya untuk menjalankan konsep kebersamaan dan tolong menolong yang merupakan salah satu prinsip yang sangat mendasar dalam ekonomi Islam dalam menghadapi tantangan hidup. Dengan melakukannya bersama (bekerja sama) akan menghasilkan hasil yang lebih maksimal. Konsep kebersamaan dalam ekonomi ini termasuk di dalamnya kebersamaan menanggung resiko dan ketidakpastian dalam berusaha.

Prinsip kerja sama dalam Islam tidak terlepas dari tuntunan Al-Quran dan Sunah nabi Muhammad Saw. Seperti dalam kandungan ayat QS Al-Maidah ayat 2 yang artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah sangat berat siksaan-Nya”.⁵

Menurut Ascarya dalam bukunya *Akad dan Produk Bank Syariah*, rasio/nisbah keuntungan untuk masing-masing mitra usaha harus ditetapkan sesuai dengan keuntungan nyata yang diperoleh dari usaha, dan tidak ditetapkan berdasarkan modal yang disertakan. Tidak diperbolehkan untuk menetapkan tingkat keuntungan tertentu yang dikaitkan dengan modal investasinya.⁶ Sedangkan untuk pembagian kerugian, para ahli hukum Islam sepakat bahwa setiap mitra menanggung kerugian sesuai dengan porsi investasinya. Oleh karena itu, jika seorang mitra menyertakan 40 persen

⁵ Tohari, Heri dan Yusuf Nursidiq. *Alquran dan Terjemah*, Bandung: Kalamy Quran, 2019, jilid 2, h. 106.

⁶ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, h. 52-53.

modal, maka dia harus menanggung 40 persen kerugian, tidak lebih, tidak kurang. Apabila tidak demikian, akad kerja sama tidak sah. Jadi, menurut Imam Syafi'i, porsi keuntungan atau kerugian dari masing-masing mitra harus sesuai dengan porsi penyertaan modalnya.⁷

Menurut survei laporan lembaga IDC (Indonesia Data Center) smartphone besutan dari negara tirai bambu ini berhasil menduduki peringkat pertama sebagai penjualan tertinggi kuartal III tahun 2019 mengalahkan pesaing sebelumnya yaitu samsung.⁸ Ini menunjukkan bahwa OPPO yang mengusung dan fokus terhadap trend selfie dalam produk-produknya berhasil dalam industri smartphone saat ini.

Ada beberapa kemudahan yang diberikan ke mitra atau pihak yang bekerja sama dengan merk smartphone ini. Tidak perlu mengikuti persyaratan yang sulit mitra yang bekerja sama akan diberikan fasilitas yang memadai untuk menunjang penjualan handphone tersebut. *Pertama*, dari marketing akan diberikan promotor untuk membantu penjualan dan memberikan pemahaman produk terhadap mitra tersebut tanpa harus mengeluarkan upah atau gaji. Jadi mitra OPPO mendapatkan keuntungan bersih dari penjualan produk tersebut. *Kedua*, mitra mendapatkan fasilitas seperti neon box, spanduk, etalase, dan lain-lain. untuk mengiklankan produk tersebut. Selanjutnya mitra yang berhasil mencapai penjualan lebih dari target akan diberikan bonus oleh OPPO misalnya seperti jalan-jalan ke Eropa, Jepang dan lain-lain.

⁷ *Ibid*, h. 53-54.

⁸ IDC 2016-2017, Q3.

Pada observasi awal ditemukan pihak OPPO mengeluarkan beberapa kebijakan dalam bermitra dengan pihak kedua atau penjual (*reseller*) sebagai berikut.

1. Harga jual di pasaran harus sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan oleh pihak OPPO. Apabila pihak kedua tidak mengikuti ketentuan harga tersebut maka pihak OPPO akan memberikan peringatan berupa teguran secara lisan bahkan akan menghentikan produknya jika tidak mengikuti kebijakan tersebut.
2. OPPO juga memberikan target penjualan terhadap pihak *reseller* dengan waktu yang ditentukan. Jika tidak mencapai target maka pihak OPPO akan memberikan teguran sampai pada penarikan fasilitas yang sudah diberikan pada *reseller*.
3. Penurunan harga jual pada pembeli yang sewaktu-waktu dapat berubah dan *reseller* harus mengikuti ketentuan harga baru tersebut, lalu OPPO akan memberikan *refund* (pengembalian dana) kepada pihak kedua sesuai dengan jumlah stok atau persediaan produk yang masih ada. Selanjutnya waktu pengembalian dana (*refund*) karena penurunan harga juga ditentukan oleh pihak OPPO.

Hal inilah yang melatar belakangi penulis untuk meneliti bagaimana penerapan akad kerja sama smartphone OPPO ditinjau dari perspektif Islam. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan judul “Penerapan Akad Kerja Sama Smartphone OPPO dengan Mitra di Kabupaten Gunung Mas”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan akad kerja sama smartphone OPPO dengan mitra di Kabupaten Gunung Mas?
2. Bagaimana pandangan hukum islam terhadap pelaksanaan akad kerja sama smartphone OPPO dengan mitra?
3. Bagaimana pandangan hukum islam terkait pengembalian dana pada smartphone OPPO?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mendeskripsikan penerapan akad kerja sama smartphone OPPO dengan mitra di Kabupaten Gunung Mas.
2. Untuk menganalisis tinjauan hukum Islam terhadap akad kerja sama smartphone OPPO.
3. Untuk mengetahui pandangan hukum Islam terkait pengembalian dana pada smartpone OPPO.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- a. Untuk memperkaya keilmuan dilingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, khususnya Pascasarjana program studi Magister Ekonomi Syariah.
- b. Sebagai bahan pengkajian dalam bidang ekonomi syariah, khususnya akad kerja sama pada smartphone OPPO.
- c. Sebagai kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah, khususnya akad kerja sama pada smartphone OPPO.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi penulis adalah sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi pada Program Studi magister Ekonomi Syariah di Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya sekaligus menambah ilmu khususnya tentang akad kerja sama dan hukum Islam pada smartphone OPPO.
- b. Bagi akademisi adalah penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai suatu masukan yang bisa menjadi acuan untuk pengembangan ilmu dibidang Ilmu Hukum Ekonomi Syariah.
- c. Bagi perusahaan smartphone OPPO adalah dapat dijadikan sebagai masukan khususnya tentang akad kerja sama dalam perspektif Islam.
- d. Bagi Mitra OPPO adalah dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang akad kerja sama dalam Islam

E. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelusuran penulis terhadap literatur yang ada, penulis menemukan beberapa penelitian dan tulisan terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang penulis angkat, yaitu:

Pertama, penelitian Moehammad Abdul Aziz dengan judul *Analisis Akad Kerja Sama Bank Syariah Mandiri Cabang Cibubur Dengan Pondok Pesantren Darurrahmah Bogor Jawa Barat Dan Kesesuaiannya Dengan Fatwa DSN-MUI*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa akad yang digunakan oleh Pondok Pesantren Darurrahmah dengan pihak Bank Syariah Mandiri cabang Cibubur terkait gaji bulanan dan bayaran spp santri adalah akad *mudharabah muthlaqah dan wadi'ah yad dhamanah*. Adanya kesesuaian antara akad dan Fatwa DSN-MUI yang terkait dengan akad-akad tersebut ditinjau dari formulir pembuatan rekening tabungan baru dengan Fatwa DSN-MUI dan disertai dengan hasil wawancara dengan beberapa staf di Bank Syariah Mandiri pusat maupun cabang.⁹

Tabel 1.1 Persamaan dan perbedaan dengan penelitian Moehammad Abdul Aziz

Judul	Persamaan	Perbedaan
Analisis Akad Kerja Sama Bank Syariah	Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah

⁹ Moehammad Abdul Aziz, “*Analisis Akad Kerja Sama Bank Syariah Mandiri Cabang Cibubur Dengan Pondok Pesantren Darurrahmah Bogor Jawa Barat dan Kesesuaiannya Dengan Fatwa DSN-MUI*”, tesis, Jakarta: Institut Ilmu Al Qur’an Jakarta, 2020.

Mandiri Cabang Cibubur dengan Pondok Pesantren Darurrahmah Bogor Jawa Barat dan Kesesuaiannya Dengan Fatwa DSN-MUI.	memiliki kesamaan dalam meneliti tentang akad kerja sama	lembaga yang diteliti bukan lembaga keuangan Syariah. Jadi belum bisa menyimpulkan salah satu akad kerja sama yang sesuai dengan kaidah syariah.
--	--	--

Kedua, penelitian M. Fauzan dengan judul *Analisis Kontrak Kerja Sama Antara PT. Ciomas Adisatwa Dengan Usaha Peternakan Broiler di Desa Sederhana Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun Menurut Konsep Syirkah*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isi kontrak kerja sama pada usaha peternakan ayam broiler di Desa Sederhana belum sepenuhnya sesuai dengan konsep *syirkah*. Terdapat beberapa kekeliruan dalam isi kontrak kerja sama, dimana kontribusi modal yang diberikan oleh pihak pengelola tidak dijumlahkan nominalnya dalam kontrak, dan dalam penentuan bagi hasil juga tidak jelas nisbahnya karena keuntungan untuk pengelola adalah selisih harga kontrak dengan harga pasar sehingga keuntungannya bergantung pada harga pasar. Namun tidak semua isi kontrak kerja sama yang penulis teliti terdapat kekeliruan, terdapat juga beberapa isi kontrak kerja sama yang sesuai dengan konsep *syirkah*. Penulis menyarankan kepada para pihak yang terikat dalam kerja sama tersebut untuk membuat sistem kontrak yang jelas dan adil agar

terjalannya kerja sama yang adil dan saling menguntungkan, sehingga dapat menghindari dari putusnya hubungan kerja sama.¹⁰

Tabel 1.2 Persamaan dan perbedaan dengan penelitian M. Fauzan

Judul	Persamaan	Perbedaan
Analisis Kontrak Kerja sama Antara PT. Ciomas Adisatwa Dengan Usaha Peternakan Broiler Di Desa Sederhana Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun Menurut Konsep <i>Syirkah</i>	.Persamaan dalam penelitian ini adalah memiliki kesamaan dalam meneliti variabel penelitian yaitu kontrak kerja sama	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah tidak fokus hanya pada kontrak kerja sama menurut salah satu akad kerja sama Islam (konsep <i>syirkah</i>).

Ketiga, penelitian Amir Mukminin dengan judul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Kerja sama Antara Agen dan Penjual Mainan Di Desa Kranggan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo*. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan akad pada sistem kerja sama antara agen dan penjual mainan tidak bertentangan dengan hukum Islam. Karena dalam pelaksanaan akad sudah memenuhi rukun dan syarat dari *syirkah 'inan*. Mengenai sistem permodalan ini sah karena sistem permodalan dalam *syirkah 'inan* tidak terdapat keharusan bahwa modal usaha harus sama jumlahnya dan

¹⁰ M. Fauzan, “Analisis Kontrak Kerja Sama Antara PT. Ciomas Adisatwa Dengan Usaha Peternakan Broiler di Desa Sederhana Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun Menurut Konsep *Syirkah*”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* vol. 4 no. 2, Sumatera Utara: STIKOM Tunas Bangsa Pematangsiantar, 2019.

tidak pula disyaratkan harus menanggung resiko yang sama. Pembagian keuntungan ini sesuai dalam akad *syirkah* yang mana keuntungan dan kerugian berasal dari besaran modal yang dikeluarkan walaupun kadar persentasenya belum ditentukan di awal karena sudah menjadi kebiasaan dan tidak adanya pihak yang dirugikan.¹¹

Tabel 1.3 Persamaan dan perbedaan dengan penelitian Amir Mukminin

Judul	Persamaan	Perbedaan
Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Kerja Sama Antara Agen dan Penjual Mainan di Desa Kranggan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.	Persamaan dalam penelitian ini adalah kesamaan dalam menganalisis tentang tinjauan hukum Islam terhadap system kerja sama	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah tidak ada kontrak kerja sama yang mengikat antara kedua belah pihak karena modal dan keuntungan tidak ditentukan sebelumnya.

¹¹ Amir Mukminin, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Kerja Sama Antara Agen dan Penjual Mainan di Desa Kranggan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo" *Jurnal Studi Islam dan Sosial* vol. 1 no. 2, Wonogiri: Sekolah Tinggi Agama Islam Mulia Astuti Wonogiri, 2020.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A Kerangka Teori

1. Akad Kerja Sama

a. Pengertian Kerja Sama

Kerja sama merupakan suatu bentuk proses sosial, di mana di dalamnya terdapat aktivitas yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan bersama dengan saling membantu dan saling memahami aktivitas masing-masing.¹²

Kerja sama juga diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama dari berbagai pihak untuk mencapai tujuan bersama.¹³ Sebagaimana dikutip oleh Abdulsyani, Roucek dan Warren, mengatakan bahwa kerja sama berarti bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama. Ia adalah satu proses sosial yang paling dasar. Biasanya kerja sama melibatkan pembagian tugas, dimana setiap orang mengerjakan setiap pekerjaan yang merupakan tanggung jawabnya demi tercapainya tujuan bersama.

Kerja sama dalam ekonomi syariah diistilahkan dengan *mudharabah* dan *musyarakah*. Pada kerja sama model *mudharabah* investor dan pengelola bekerja sama. Pemilik modal hanya investasi

¹² Abdulsyani. *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*, Jakarta: Bumi Aksara, 1994 h.156.

¹³ W.J.S. Purwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1985 h.492.

modal kepada pengelola dan tidak ikut serta mengelola. Sementara pengelola (*mudharib*), hanya bermodalkan keahlian untuk mengelola usaha yang disepakati. Wewenang bagi investor bisa menentukan dalam penggunaan modal tersebut. Sungguhpun itu bukan keharusan, tetapi sebelum memulai kerjasama harus dimulai dengan akad. Baik dalam akad tersebut mengikat atau tidak. Hal ini tentu berbeda dengan *musyarakah*, pada model *musyarakah* dua pemilik modal atau lebih selain mengeluarkan modal juga ikut serta dalam mengelola.

Ekonomi syariah istilah yang sering dipakai adalah profit and *loss sharing*, di mana hal ini dapat diartikan sebagai pembagian antara untung dan rugi atas kesepakatan bersama sejak awal perjanjian antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan modal dari pendapatan yang diterima atas hasil usaha yang telah dilakukan. Bentuk pembagian laba yang tidak langsung mencakup alokasi saham-saham (penyertaan) perusahaan pada para pelaku usaha dibayar melalui laba perusahaan dan memberikan pilihan pada para pelaku usaha untuk membeli saham perusahaan sampai pada jumlah tertentu di masa yang akan datang pada tingkat harga sekarang, sehingga memungkinkan para pelaku usaha memperoleh keuntungan baik dari pembagian keuntungan maupun setiap pertumbuhan dalam nilai saham yang dihasilkan dari peningkatan dalam kemampuan perusahaan memperoleh laba. Pihak-pihak yang terlibat dalam kepentingan dalam kegiatan usaha tadi harus melakukan transparansi dan kemitraan secara baik dan ideal. Sebab semua

pengeluaran dan pemasukan rutin yang berkaitan dengan bisnis penyertaan, bukan untuk kepentingan pribadi yang menjalankan usaha.

b. Konsep kemitraan (kerja sama)

Konsep kemitraan adalah sebuah hubungan bisnis yang terjalin dengan didasari oleh kepercayaan mutual, keterbukaan, pembagian resiko dan pembagian keuntungan yang dapat dihasilkan dari kinerja bisnis dalam jumlah yang lebih besar oleh dua firma yang bekerjasama dengan ketiadaan kemitraan.¹⁴ Dengan kata lain, kemitraan adalah bentuk kerjasama bisnis yang dibangun dengan berdasarkan saling percaya dan terbuka antara satu sama lain, selain itu terdapat pembagian resiko dan keuntungan yang lebih besar hasilnya jika dibandingkan dengan bisnis yang dilakukan tanpa adanya kerjasama.

Adanya kemitraan usaha yang dijalankan maka dapat lebih memperkuat bisnis yang sebelumnya dijalankan oleh masing-masing pihak. Setiap pihak yang bermitra memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing yang jika keduanya disatukan maka akan menjadi satu kesatuan yang lebih kuat dan dapat menutupi kekurangan dari setiap pihak.

Kemitraan tidak hanya berbicara mengenai pengharapan memperoleh keuntungan dan mengantisipasi kerugian saja, lebih dari itu kemitraan merupakan bentuk upaya mengatasi ketimpangan ekonomi

¹⁴ Abdul Talib Mustafa, *Kemitraan dalam Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Calpulis, 2017, h. 49.

yang terjadi dalam masyarakat. Kemitraan adalah sebuah solusi untuk mengatasi ketimpangan tersebut, karena dengan adanya keberadaan maupun fungsi dan peranan yang dijalankan oleh suatu kemitraan dapat memberdayakan semua lapisan masyarakat.¹⁵

Karakteristik kerja sama melalui kemitraan bisnis Suatu kerja sama yang dibangun melalui kemitraan bisnis memiliki karakteristik atau ciri umum yaitu sebagai berikut:

- a. Timbul karena adanya keinginan untuk mengadakan hubungan konsensual. Keinginan yang timbul tersebut bukan karena diatur oleh sebuah peraturan seperti Undang-undang melainkan berasal dari masing-masing pribadi para pihak.
- b. Selalu melibatkan unsur-unsur utama seperti modal, sumber daya manusia atau penggabungan dari keduanya.
- c. Pada umumnya yang bekerja sama terdiri atas perusahaan (firma) dan mitranya.
- d. Dibentuk untuk pengharapan memperoleh keuntungan bagi kedua pihak.

Sebelum kemitraan dilakukan maka menjadi penting untuk organisasi bisnis dalam memilah dan memilih mana mitra yang tepat dalam menjalankan tujuan usaha bersama nantinya. Dari tujuan-tujuan dan harapan yang baik atas terjalannya kemitraan yang telah dipaparkan

¹⁵ Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*, Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan, 1999, h. 14-15

di atas, maka aktor-aktor pemain bisnis haruslah juga yang terbaik agar dapat tercapainya harapan mulia yang diinginkan satu sama lain.

c. *Tijarah* (Perdagangan)

Secara etimologi kata *tijarah* berarti menjual dan membeli, atau dapat dikatakan sebagai aktifitas berdagang atau berniaga. Secara terminologi *tijarah* berarti aktifitas menjual dan membeli sesuatu untuk mendapatkan keuntungan atau mendayagunakan modal untuk memperoleh keuntungan.

Kata *tijarah* berasal dari kata *tajara-yatjuru-tajran-tijaratan* yang berarti berdagang, berniaga, perdagangan, perniagaan.¹⁶ *Tijarah* mencakup *bai'* dan *syira'* (jual beli/bisnis) dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dagang adalah pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan, jual-beli, niaga. Berdagang sama dengan berjual beli, berniaga.¹⁷

Tijarah adalah tukar menukar dengan cara apa pun yang sesuai dengan *syara'* selain *riba* dan tukar menukar yang rusak, seperti arak, babi, dan sebagainya.¹⁸ Dalam QS. Al Baqarah (2) ayat 16 mengenai *Tijarah* sebagai berikut.

¹⁶ Ahmad Warson Munawir, *Kamus Al-Munawir Arab-Indonesia*, Yogyakarta: Al-Munawwir, 1984, h. 139

¹⁷ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1993, h. 179

¹⁸ Al Qurthubi, *Al-Jami' li Ahkam Al qur'an*, Kairo: Dar al-Kitab Al 'Arabiyah, 1967, h.

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالَةَ بِالْهُدَىٰ فَمَا رَبِحَت تِّجَارَتُهُمْ

وَمَا كَانُوا مُهْتَدِينَ

Artinya:

” Mereka itulah yang membeli kesesatan dengan petunjuk. Maka perdagangan mereka itu tidak beruntung dan mereka tidak mendapat petunjuk.”

Dalam ayat ini, lafadz *tijarah* bermakna perdagangan. Dalam QS. al-Baqarah (2) Ayat 16 memberikan arahan mengenai bentuk perdagangan yang menghindari kerugian. Keuntungan yang didapatkan pada saat melakukan perdagangan mutlak diperlukan, karena apabila suatu perdagangan yang tidak mendapatkan untung secara terus menerus maka usahanya bisa mengalami kebangkrutan. Keuntungan yang diperoleh, dalam perdagangan, berdasarkan hasil pertukaran barang yang dijual dengan memperoleh tambahan harga antara harga pembelian dan penjualan dari barang yang diperdagangkan. Seorang pedagang harus jeli dan pintar mengelola perdagangannya agar mendapatkan keuntungan, dengan catatan melakukan proses transaksinya dengan jujur dan adil. Barang-barang yang diperdagangkanpun merupakan barang-barang yang baik dan halal. Perilaku ini untuk menghindari perdagangan yang merugi,

sebagaimana orang-orang kafir dan munafiq yang lebih memilih membeli kesesatan dengan petunjuk (hidayah).¹⁹

d. Penetapan Harga (*Tas'ir*)

Kata *tas'ir* berasal dari kata *sa'ara-yas'aru-sa'ran* yang artinya menyalakan. Secara etimologi kata *at-tas'ir* (التسعير) seakar dengan kata *as-si'r* (السعر = harga) yang berarti penetapan harga. Kata *as-si'r* ini digunakan di pasar untuk menyebut harga (di pasar) sebagai penyerupaan terhadap aktivitas penyalaan api, seakan menyalakan nilai (harga) bagi sesuatu. Dikatakan, *Sa arat asy-syay a tas iran*, artinya menetapkan harga sesuatu yang merupakan titik berhenti tawar-menawar.²⁰

Dalam Islam, penetapan harga yang dilakukan oleh pemerintah, dikenal dengan istilah *tas'ir*. *Tas'ir* menurut Sayyid Sabiq dalam karyanya yang berjudul *Fiqh Sunnah* ialah penetapan nilai atau harga tertentu untuk barang yang akan dijual dengan harga wajar yang sekiranya tidak mendhalimi penjual dan tidak menjerumuskan pembeli. Jadi dalam hal ini, pemerintah melakukan intervensi dalam menetapkan harga, sehingga penjual tidak bisa menentukan harga sendiri.²¹

Mengenai hukumnya, banyak ulama yang sudah membahasnya panjang lebar dengan pendapat yang berbeda-beda. Misalnya Syafi'iyah yang mengatakan bahwa pemerintah tidak boleh (haram)

¹⁹ Achmad Lutfi, *Penafsiran ayat-ayat ekonomi dalam Al Qur'an (Mengungkap makna ba'i dan tijarah dalam Al Qur'an)*, Jurnal, Holistik, 2011, vol. 12 no. 02, h. 78.

²⁰ Al-Minawi, *At-Ta'ârif*, I/405, *Dar al-Fikr al-Mu'ashirah-Dar al-Fikr*, Beirut-Damaskus, cet. I. 14140 H

²¹ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*: Jilid 4, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006, h. 113

melakukan *tas'ir*. Walaupun pada saat harga sedang melambung tinggi. Alasan mereka, karena *tas'ir* bisa membatasi pelaku usaha untuk mengembangkan hartanya. Menurut mereka, keharaman *tas'ir* itu juga bukan hanya berlaku pada makanan. Tapi juga mencakup segala barang yang diperjualbelikan.²²

Dalam terminologi fiqh, terdapat beberapa ungkapan yang menjelaskan pengertian *tas'ir* ini. As-Syaukani menyatakan bahwa *tas'ir* adalah

ان يأمر سلطان او نوابه او كل من ولى من
امور المسلمين أمر اهل السوق ان لا يبيعوا امتعتهم الاسعر
وكذا فيمنع من الزيادة عليه او النقصان لمصلحة

Artinya:

“Perintah penguasa atau wakilnya atau perintah setiap orang yang mengurus urusan kaum muslimin kepada para pedagang untuk tidak menjual barang dagangannya kecuali dengan harga yang telah ditetapkan, dilarang untuk menambah atau menguranginya dengan tujuan untuk kemaslahatan”.

Fathi al-Duraini menanggapi definisi yang dikemukakan oleh as-Syaukani ini dengan menyatakan bahwa:

1. Dengan adanya perintah penguasa atau wakilnya mengisyaratkan adanya *ijbar* (memaksa), yang wajib diikuti oleh pedagang.

²² Syamsuddin Muhammad bin Muhammad Khatib al-Syarbiniy, *Mughni al-Muhtaj ila Ma'rifati al-Fadil al-Minhaj*, (Maktabah Syamilah, 7G), j. 6, h. 397.

2. Lafaz *الامتنعة* menunjukkan pengertian yang luas yaitu semua barang dagangan yang memberi kemudharatan kepada manusia apabila ditahan atau dinaikkan harganya.
3. Disebutkan tujuan tas'ir untuk kemaslahatan adalah untuk menunjukkan pentingnya tas'ir dalam menolak kemudharatan.
4. Penyebutan “tidak boleh menjual dengan melebihi atau mengurangi dari harga yang telah ditetapkan”, maka dalam hal melebihi harga, itu jelas dilarang karena akan memberikan kemudharatan pada manusia. Sedangkan mengurangnya tidak ditemukan sesuatu alasan untuk tidak membolehkannya dalam waktu-waktu yang sulit, bahkan mengurangi harga ini dibolehkan karena sesuai dengan tujuan tas'ir itu sendiri, yaitu memberi manfaat kepada manusia dan meringankan kesulitan mereka dengan cara memenuhi kebutuhan mereka kecuali apabila diyakini dengan mengurangi harga akan terjadi ihtikar.
5. Yang boleh melakukan tas'ir adalah sulthan atau kepala negara (penguasa).²³

e. Macam-macam Kerja Sama dalam Islam

1. Musyarakah

²³ Fathi ad-Duraini, *Al-Fiqh al-Islam al-Muqaran Ma'a al-Mazahib*, Damaskus: t.tp., 1997, h. 139-140

Musyarakah atau *syirkah* berarti *ikhtilat* (percampuran) atau persekutuan dua hal atau lebih, sehingga antara masing-masing sulit dibedakan seperti persekutuan hak milik atau perserikatan usaha.²⁴ Istilah lain dari percampuran di sini adalah seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga tidak mungkin untuk dibedakan.²⁵ Sedangkan menurut istilah, para fuqaha berbeda pendapat mengenai pengertian kerja sama, diantaranya menurut Sayyid Sabiq, yang dimaksud dengan *syirkah* ialah akad antara orang yang berserikat dalam modal dan keuntungan.²⁶

Menurut Mazhab Malikiyah, *syirkah* adalah pemberian izin kepada kedua mitra kerja untuk mengatur harta (modal) bersama. Setiap mitra memberikan izin kepada mitranya yang lain untuk melakukan hal tersebut.²⁷

Beberapa pengertian di atas, pada intinya yaitu kerja sama antara dua orang atau lebih dalam berusaha, yaitu keuntungan dan kerugiannya ditanggung bersama. Hasil keuntungan dalam *musyarakah* juga diatur, seperti halnya pada *mudharabah*, sesuai prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing principle actuals*) atau seperti yang istilahnya digunakan oleh Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Tentang

²⁴ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah: Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonosia, 2003, h. 87.

²⁵ Ghufron A. Mas'adi, *Fiqih Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002, h. 191.

²⁶ Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*: Jilid 4, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006, h. 317.

²⁷ Wahbah az-Zuhaili, *al Fiqih al Islam wa Adillatuh*, Jilid 5, Libanon: Dar al Fikri, 1994, h. 441.

Bagi Hasil. Keuntungan dibagi menurut proporsi yang telah disepakati sebelumnya, kedua pihak memikul resiko kerugian financial. Dalam hal pembagian kewenangan yang dimiliki setiap rekan kerja, pendapat Mazhab Hanafi mengatakan bahwa setiap rekan kerja dapat mewakili seluruh pekerjaannya, meliputi penjualan, pembelian, peminjaman dan penyewaan terhadap orang lain, namun rekan kerja yang lainnya mempunyai hak untuk tidak mewakili pekerjaannya kepada orang lain. Dapat dipahami, literatur fiqih memberikan kebebasan kepada rekan kerja untuk mengelola (*managing*) kerja sama atas dasar kontrak *musyarakah*.²⁸ Setiap rekan kerja dapat mengadakan bisnis dengan berbagai jalan yang mendukung untuk merealisasikan tujuan kontrak ini, yaitu untuk mencapai keuntungan (*profit*) sesuai dengan persetujuan yang mereka sepakati.

2. *Mudharabah*

Mudharabah secara bahasa berasal dari kata ضرب mengikuti *wazan* م اعلة yang menandakan pekerjaan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih. *Mudharabah* merupakan salah satu akad yang dilaksanakan oleh dua pihak, yaitu pemilik modal (*shohib al-mal*) dan pelaku yang menjalankan usaha atau yang biasa disebut pengusaha (*mudharib*).²⁹ Kata *darb* merupakan istilah dalam bahasa Arab yang

²⁸ *Ibid*, h.442

²⁹ Imam Mustofa, *Hukum Muamalah Kontemporer* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016, h. 150.

berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usahanya.³⁰

Mudharabah ialah perjanjian keuntungan dan kerugian. Dalam perjanjian *mudharabah*, modal diberikan oleh satu pihak dan yang menjalankan modal adalah pihak lain, atas dasar perjanjian berdasarkan pada kesepakatan bersama. Hanya saja disyaratkan bahwa semua perjanjian itu harus ditulis sehingga masing-masing pihak dapat mengacu pada perjanjiannya. Di samping itu, hal ini juga dimaksudkan untuk menghindari kesalahpahaman di antara mereka yang berjanji.³¹

Akad *mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama (*shahib al-mal*) menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak kedua bertindak sebagai pengelola usaha (*mudharib*). Keuntungan dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal. Namun, selama kerugian itu diakibatkan oleh si pengelola usaha, maka ia harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.³²

Para ulama sepakat atas diperbolehkannya melakukan *qirad*, pemberian modal untuk berdagang dengan memperoleh bagian laba dalam bentuk dinar dan dirham. Mereka juga bersepakat bahwa si

³⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* Jakarta: Gema Insani Press, 2001, h. 95.

³¹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012, h. 96.

³² Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, h.116.

pengelola usaha boleh memberi syarat perolehan sepertiga atau separuh dari laba, atau jumlah yang telah disepakati mereka berdua, setelah sebelumnya segala sesuatunya sudah menjadi jelas. Bentuk kerja sama ini sudah pernah dipraktikkan oleh para sahabat Rasulullah Saw.³³

3. *Murabahah*

Kata *murabahah* berasal dari bahasa Arab yaitu *ribh* yang artinya keuntungan. Kamus Ali Mutahar juga menjelaskan bahwa, kata *murabahah* dalam Bahasa Arab adalah *murabahah* (مرا بحة) asal kata dari isim masdar ربح yang artinya keuntungan atau laba.³⁴ Jadi, pada dasarnya *murabahah* secara bahasa yaitu keuntungan atau laba.

Menurut istilah, *murabahah* merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati.³⁵ Menurut Syafi'i Antonio, secara istilah *murabahah* adalah jual beli barang dengan harga asal dengan tambahan harga keuntungan yang disepakati.³⁶

Murabahah umumnya dapat diterapkan pada produk pembiayaan untuk pembelian barang-barang investasi, baik domestik maupun luar negeri. Skema ini paling banyak digunakan karena sederhana dan tidak terlalu asing bagi yang sudah biasa bertransaksi dengan dunia perbankan pada umumnya.

³³ *Ibid*, h. 117-118

³⁴ Ali Mutahar, *Kamus Arab Indonesia*, Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi, 2005, h. 552.

³⁵ Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*, Yogyakarta: AMP YPKN, 2002, h. 75.

³⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 101.

Kalangan perbankan syari'ah di Indonesia banyak menggunakan *murabahah* secara berkelanjutan, seperti untuk modal kerja. Padahal sebenarnya, *murabahah* adalah kontrak jangka pendek dengan sekali akad. Akad *murabahah* lebih sesuai untuk skema tersebut.³⁷ Lembaga keuangan Islam umumnya mengadopsi *murabahah* untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada nasabah guna pembelian barang. Pembiayaan *murabahah* terjadi apabila seseorang datang kepada BMT untuk meminjam dana guna membeli produk tertentu seperti mobil, rumah dan sejenisnya.

e. Dasar Hukum Kerja Sama Dalam Islam

Berdasarkan Al-Qur'an, Hadits dan ijma' para ulama. Berikut dalil-dalil yang membolehkan kerja sama:

1) Al-Quran

Firman Allah Swt., dalam surah Sad (38) ayat 24:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعْمَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ^ط وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ^ط
وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Artinya:

Dia (Dawud) berkata: "Sesungguhnya, dia telah berbuat dzalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat dzalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini". dan Dawud mengetahui bahwa kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat."³⁸

³⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Suatu Pengenalan Umum*, Jakarta: Tazkia Institute, 1999, h. 151.

³⁸ Tohari, Heri dan Yusuf Nursidiq. *Alquran dan Terjemah*, Bandung: Kalamy Quran, 2019, jilid 2, h. 454.

(Daud berkata, "Sesungguhnya dia telah berbuat lalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu) dengan maksud untuk menggabungkannya (untuk ditambahkan kepada kambingnya. Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu) yakni orang-orang yang terlibat dalam satu perserikatan (sebagian mereka berbuat lalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini") huruf Ma di sini untuk mengukuhkan makna sedikit. Lalu kedua malaikat itu naik ke langit dalam keadaan berubah menjadi ujud aslinya seraya berkata, "Lelaki ini telah memutuskan perkara terhadap dirinya sendiri." Sehingga sadarlah Nabi Daud atas kekeliruannya itu. Lalu Allah berfirman, (Dan Daud yakin) yakni merasa yakin (bahwa Kami mengujinya) Kami menimpakan ujian kepadanya, berupa cobaan dalam bentuk cinta kepada perempuan itu (maka ia meminta ampun kepada Rabbnya lalu menyungkur rukuk) maksudnya bersujud (dan bertobat.)³⁹

Dari ayat di atas kata *khulatha* bermakna kerja sama yaitu bercampur/persenyawaan dua benda atau lebih yang tidak bisa diuraikan bentuk asal masing-masing benda tersebut. Ayat di atas juga menjelaskan kerja sama yang benar adalah kerja sama yang didasari pada keimanan dan amal shalih.

³⁹ <https://tafsirq.com/38-sad/ayat-24#tafsir-jalalayn>

2) Hadits

عَبْنُ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. قَالَ: إِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ يَقُولُ: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يُخَيَّنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنَهُمَا (رواه أبو داود و الحاكم و صححه إسناده)

"Dari Abu Hurairah yang dirafa'kan kepada nabi Muhammad saw. telah bersabda: sesungguhnya Allah berfirman: Aku jadi yang ketiga diantara dua orang yang berserikat selama yang satu tidak khianat terhadap yang lainnya, apabila yang satu berkhianat kepada pihak yang lain, maka keluarlah aku dari mereka." (HR. Abu Daud dan dinilai sahih oleh al-Hakim).⁴⁰

Maksud dari Hadits ini adalah bahwa Allah Swt. akan memberi berkah atas harta perkongsian/perserikatan, memelihara keduanya (mitra kerja) selama mereka menjaga hubungan baik dan tidak saling mengkhianati. Apabila salah seorang berkhianat atau berlaku curang maka Allah akan mencabut berkah dari hartanya dan tidak memberikan pertolongan kepada keduanya (mitra kerja).⁴¹

Sehingga berdasarkan Hadits tersebut dapat dilihat bahwa kerja sama menurut hukum Islam bukan hanya sekedar boleh, melainkan lebih dari itu, disukai selama hal itu tidak ada unsur tipu menipu, dan pengkhianatan di antara sesama mitra kerja.⁴²

Hadits shahih yang diriwayatkan oleh Ibnu Jabir bahwa Rasulullah Saw. bersabda: Artinya: "Dari Jabir, bahwa Nabi Saw.

⁴⁰ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, jilid 5 cet II, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2010, h. 306.

⁴¹ Wahbah az-Zuhaili, *al Fiqih al Islam wa Adillatuh*, Jilid 5, Libanon: Dar al Fikri, 1994, h. 442.

⁴² Baihaqi A. Samad, *Konsepsi Kerja sama dalam Islam: Perbandingan Antar Mazhab*, Cet I, Banda Aceh: Yayasan PeNa, 2007, h. 5.

bersabda, “Siapa saja di antara kamu yang memiliki tanah atau pohon kurma, maka ia tidak boleh menjualnya sehingga ia harus memberitahukannya kepada sekutunya” (HR. An-Nasa’i, Ibnu Majah, dan Muslim).⁴³

Berdasarkan Hadits yang diriwayatkan dari Ibnu Umar dan Ibnu Jabir dapat diketahui bahwasanya, kerja sama sudah dilakukan pada masa Rasulullah Saw. Sehingga persekutuan tidak hanya dilakukan dalam urusan harta, namun dapat pula dilakukan dalam bentuk selain harta. Sepertinya halnya pada Hadits yang diriwayatkan Ibnu Umar, persekutuan dilakukan dalam memerdekakan budak. Sedangkan pada Hadits yang diriwayatkan Ibnu Jabir, persekutuan dilakukan dalam penanaman pohon kurma.

f. Rukun dan Syarat Kerja Sama Dalam Islam

1. Rukun Kerja Sama

Rukun kerja sama adalah sesuatu yang harus ada ketika kerja sama itu berlangsung. Jika ada yang menambahkan selain ijab dan qabul ke dalam rukun kerja sama seperti adanya kedua orang yang berakad dan objek akad itu bukan termasuk rukun tapi syarat.⁴⁴

Adapun menurut Abdurrahman al-Jazari rukun kerja sama meliputi dua orang yang berserikat, *sighat* dan objek akad kerja sama

⁴³ *Ibid*, h. 431.

⁴⁴ Abdul Rahman Ghazaly dkk., *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2010, h. 129.

baik itu berupa harta maupun kerja. Rukun kerja sama ada tiga perkara yaitu:

- 1) Akad (*ijab-kabul*) juga disebut *sighat*.
- 2) Dua pihak yang berakad harus memiliki kecakapan melakukan pengelolaan harta.
- 3) Objek akad juga disebut *ma'qud alaihi* (surat perjanjian), seperti modal atau pekerjaan.⁴⁵

Dalam rukun kerja sama mempunyai syarat yaitu:

- 1) *Shigat*, yang terdiri dari *ijab* dan *qabul* yang mempunyai syarat:
 - a) Pengelolaan diisyaratkan mendapatkan izin dari para sekutu di dalamnya menjual dan membeli.
 - b) Kalau di antara anggota sebagai pengelola, maka harus ada *ijab* dan *qabul* sebagai tanda pemberian izin diantara mereka, bahwa dia diperbolehkan sebagaimana jabatan yang diberikannya.
 - c) Jika beberapa pekerjaan bisa dilakukan bersama-sama maka harus mendapatkan izin dari anggota yang lainnya dan pemberian izin itu merupakan kepercayaan yang diberikan kepadanya, dan tidak boleh melebihi tugas kepercayaan yang diberikannya.

⁴⁵ Veithzal Rivai, dkk., *Islamic Financial Management*, Jilid 1. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010. h. 58.

- d) Kata sepakat itu bisa dimengerti, sebagai pengertian izin yang dipercayakan, setiap kami jadikan harta ini sebagai harta kerja sama dan saya izinkan kamu mengelola dengan jalan yang biasa dalam perdagangan pada umumnya. Pengertian ini dijawab dengan ucapan (saya terima) dengan jawaban inilah yang dimaksud sebagai akad *shigat*.⁴⁶

2. Syarat-syarat Kerja Sama

Kerja sama hukumnya dibolehkan bagi dua orang yang berserikat, di dalamnya terdapat beberapa syarat, yaitu: pandai, baligh dan merdeka. Modal di dalamnya terdapat beberapa syarat:

- a) Bahwa modal itu berupa barang *misli*, artinya barang yang dapat dibatasi oleh takaran atau timbangan dan barang tersebut bisa dipesan, seperti emas dan perak. Keduanya bisa dibatasi dengan timbangan.
- b) Bahwa modal dicampur sebelum perjanjian kerja sama berlangsung, sehingga salah satunya tidak bisa dibedakan lagi dengan yang lainnya.
- c) Bahwa modal yang dikeluarkan oleh masing-masing anggota itu sejenis artinya modal itu adalah sama jenisnya. Jadi tidak sah kalau salah satu anggota mengeluarkan modal yang berbeda.

⁴⁶ Rosalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah Prinsip*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, h. 193.

Oleh karena itu akad kerja sama tidak dikatakan sah, jika tidak memenuhi syarat-syarat di atas. Bagi anggota perseroan ada yang cacat mata (buta) diperbolehkan menjadi pemegang saham. Dalam hal ini di antara yang cacat mata, apabila dikehendaki untuk mengelola perseroan ia berhak mewakilkan dengan syarat wakil tersebut harus sudah baligh dan pandai serta mempunyai keahlian di bidang pekerjaan tersebut.

Selanjutnya adalah syarat kerja sama merupakan sesuatu hal penting yang harus ada sebelum dilaksanakan. Apabila syarat tidak terwujud, maka transaksi kerja sama batal. Adapun yang menjadi syarat kerja sama adalah sebagai berikut:

- 1) Syarat orang (pihak-pihak) yang mengadakan perjanjian serikat atau kongsi itu haruslah orang yang berakal, baliqh, dan dengan kehendak sendiri (tidak ada unsur paksaan).
- 2) Syarat-syarat mengenai modal yang disertakan dalam serikat, hendaklah berupa: modal yang dapat dihargai (lazimnya selalu disebutkan dalam bentuk uang); dan modal yang dijadikan satu oleh masing-masing persero yang menjadi harta perseroan, dan tidak diperbolehkan lagi dari mana asal-usul modal itu.⁴⁷

g. Batalnya Kerja Sama

⁴⁷ Chairiman Pasaribu, dkk, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta: Sinar Grafindo, 1994, h. 76.

Ketika melaksanakan perjanjian, tidak semua pihak menepati hasil kesepakatan dalam perjanjian, sehingga perjanjian yang telah disepakati itu akan batal, begitu pula dengan perjanjian kerja sama. Adapun perkara yang membatalkan kerja sama terbagi atas dua hal. Ada perkara yang membatalkan kerja sama secara umum dan ada pula yang membatalkan sebagian yang lainnya.

Adapun yang membatalkan kerja sama secara umum adalah sebagai berikut:

- a. Salah satu pihak membatalkannya, meskipun tanpa persetujuan pihak yang lainnya, karena kerja sama adalah akad yang terjadi atas rela sama rela dari kedua belah pihak yang tidak ada keharusan untuk dilaksanakan apabila salah satu pihak tidak menginginkannya lagi.
- b. Salah satu pihak kehilangan kecakapan atau keahlian dalam mengelola harta baik karena gila atau sebab yang lainnya.
- c. Salah satu pihak meninggal dunia, tetapi jika kerja sama lebih dari dua orang, maka yang batal hanya yang meninggal dunia saja. Kerja sama terus berjalan bagi anggota-anggota yang masih hidup, apabila ahli waris yang meninggal menghendaki turut serta dalam kerja sama tersebut, maka dilakukan perjanjian baru bagi ahli waris yang bersangkutan.
- d. Salah satu pihak berada di bawah pengampunan, baik karena boros yang terjadi pada waktu perjanjian kerja sama tengah berjalan maupun sebab yang lainnya.

- e. Modal para anggota lenyap sebelum dibelanjakan atas nama kerja sama. Apabila modal tersebut lenyap sebelum terjadi pencampuran harta yang tidak bisa dipisahkan lagi, maka yang menanggung risiko adalah pemiliknya sendiri. Tetapi apabila modal lenyap setelah terjadi pencampuran harta, maka hal ini menjadi risiko bersama.⁴⁸

2. Perusahaan Smartphone OPPO dan Mitra

a. Sejarah Singkat Smartphone OPPO

OPPO adalah penyedia layanan elektronik dan teknologi global yang membawakan perangkat elektronik seluler terbaru dan tercanggih di lebih dari 20 negara termasuk Amerika Serikat, China, Australia dan negara-negara lain di Eropa, Asia Tenggara, Asia Selatan, Timur Tengah dan Afrika. OPPO berusaha memberikan pengalaman menggunakan ponsel terbaik melalui desain yang cermat dan teknologi yang cerdas. OPPO berusaha keras mengejar teknologi terkini, standar kualitas perangkat lunak tertinggi, dan mewujudkan pengalaman pengguna yang terbaik. Mereka merancang, memproduksi, dan mempromosikan produk supaya pelanggan bisa mendapatkan produk yang paling andal dan canggih dari awal sampai akhir.

Sejak didirikan di tahun 2004, OPPO telah berusaha membawakan ideologi ini kepada para penggunanya di seluruh dunia. Setelah berhasil memasuki pasar ponsel di tahun 2008, OPPO mulai membentangkan

⁴⁸ Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah*, Cet. 1, Yogyakarta: Teras, 2011, h. 109.

sayapnya memasuki pasar internasional di tahun 2010 dan membuka bisnis global untuk pertama kalinya pada bulan April 2010 di Thailand. Hari ini, OPPO sudah hadir di 21 pasar di seluruh dunia Smartphone itu lah yang melatar belakangi OPPO Electronic Corp, Ltd ikut andil dalam meramaikan pasar smartphone. Mungkin banyak masyarakat khususnya di Indonesia yang tidak tahu tentang sejarah perusahaan OPPO electronic. OPPO Electronic Corp, Ltd pertama kali didirikan pada tahun 2004 sebagai produsen elektronik yang beralamat di Dongguan, Guangdong, China.

Sebelum merambah ke teknologi smartphone, OPPO memproduksi peralatan elektronik seperti MP3 Player, Portable Media Player, LCD TV, eBook, DVD, dan Disc Player. Barulah pada tahun 2008 OPPO mulai menggarap pasar smartphone. Pada bulan April tahun 2013, OPPO untuk pertama kalinya menginjakkan kaki di pasar Indonesia secara resmi. Sebelum memasarkan produknya ke Indonesia, OPPO terlebih dahulu melebarkan sayapnya ke beberapa negara seperti, Amerika, Vietnam, Thailand, Rusia, dan Qatar.⁴⁹

OPPO berkantor di Gedung Perkantoran Landmark Pluit Blok B No. 1 lantai 7, Jl. Pluit Selatan Raya RT. 001/ RW. 005, Pluit, Penjaringan, Jakarta Utara. Adapun perwakilan OPPO di Propinsi Kalimantan Tengah beralamat di Perumahan Mentaya Riverside Ruko 2,3,5, Jl. Pramuka Km 2,5 RT. 38 RW. 14 Kel. Sawahan M. B Ketapang, Sampit Kalimantan Tengah 74322 Telp. 0531-033252.

⁴⁹ <https://opposmartphonecp.wordpress.com/about/>

b. Visi dan Misi Smartphone OPPO

a. Visi Smartphone OPPO

“The art of technology” yang artinya seni dalam teknologi. Smartphone OPPO merupakan gabungan “seni” dan “teknologi” yang cantik dan modern. Mulai dari aspek kualitas sampai estetika di setiap perangkat; sudut dan tepi, warna, semuanya didesain dengan canggih. Tidak hanya menciptakan perangkat yang sekedar cantik, namun juga sangat nyaman digunakan.

b. Misi Smartphone OPPO

Smartphone OPPO senantiasa berusaha memberi kesan dan mengikat jiwa anak muda dengan desain yang elegan, penggunaan yang sempurna, pengembangan produk yang mementingkan pengguna, layanan berkualitas, dan yang paling penting, dedikasi kami dalam mengejar kesempurnaan.

- Smartphone OPPO senantiasa berinovasi dalam menciptakan handphone yang canggih dan indah sesuai kebutuhan masyarakat.
- OPPO mengadopsi strategi rilis cepat untuk pengembangan smartphone, merilis pembaruan firmware juga membentangkan jangkauan dan servisnya di seluruh dunia.

c. Logo OPPO

Gambar 2.1 Logo OPPO



c. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan hubungan wewenang dan tanggung jawab antara fungsional dan personal dalam pengolahan suatu perusahaan. Struktur organisasi bertujuan untuk memberikan kepastian dalam garis wewenang, koordinasi dan pengawasan supaya gap dapat dicegah. Tujuan lain yaitu agar perencanaan anggaran menjadi lebih baik.

Sedangkan menurut Hasibuan struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi kedudukan, dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi. Dengan mengetahui struktur organisasi dapat diperoleh gambaran-gambaran tentang bagian-bagian yang ada dalam suatu

organisasi.⁵⁰

Penyusunan struktur organisasi merupakan langkah awal dalam memulai pelaksanaan kegiatan perusahaan dengan kata lain penyusunan struktur organisasi adalah langkah terencana dalam suatu perusahaan untuk melaksanakan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.

Struktur organisasi yang sering digunakan dalam organisasi dalam perusahaan pada umumnya terdiri dari 3 bentuk antara lain:

1. Struktur Organisasi Fungsional (*Functional Structure Organization*)

Merupakan struktur organisasi yang paling umum digunakan oleh suatu organisasi. Pembagian kerja dalam bentuk struktur organisasi fungsional ini dilakukan berdasarkan fungsi manajemennya seperti keuangan, produksi, pemasaran dan sumber daya manusia.

2. Struktur Organisasi Divisional (*Divisional Structure Organization*)

Merupakan struktur organisasi yang dikelompokkan berdasarkan kesamaan produk, layanan, pasar dan letak geografis. Organisasi bentuk divisional ini biasanya diterapkan di perusahaan yang berskala menengah keatas, hal ini dikarenakan biaya operasional akan lebih tinggi jika dibandingkan dengan bentuk organisasi fungsional.

3. Struktur Organisasi Matriks (*Matrix Structure Organization*)

Merupakan kombinasi dari struktur organisasi fungsional dan struktur

⁵⁰ Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010. h. 98

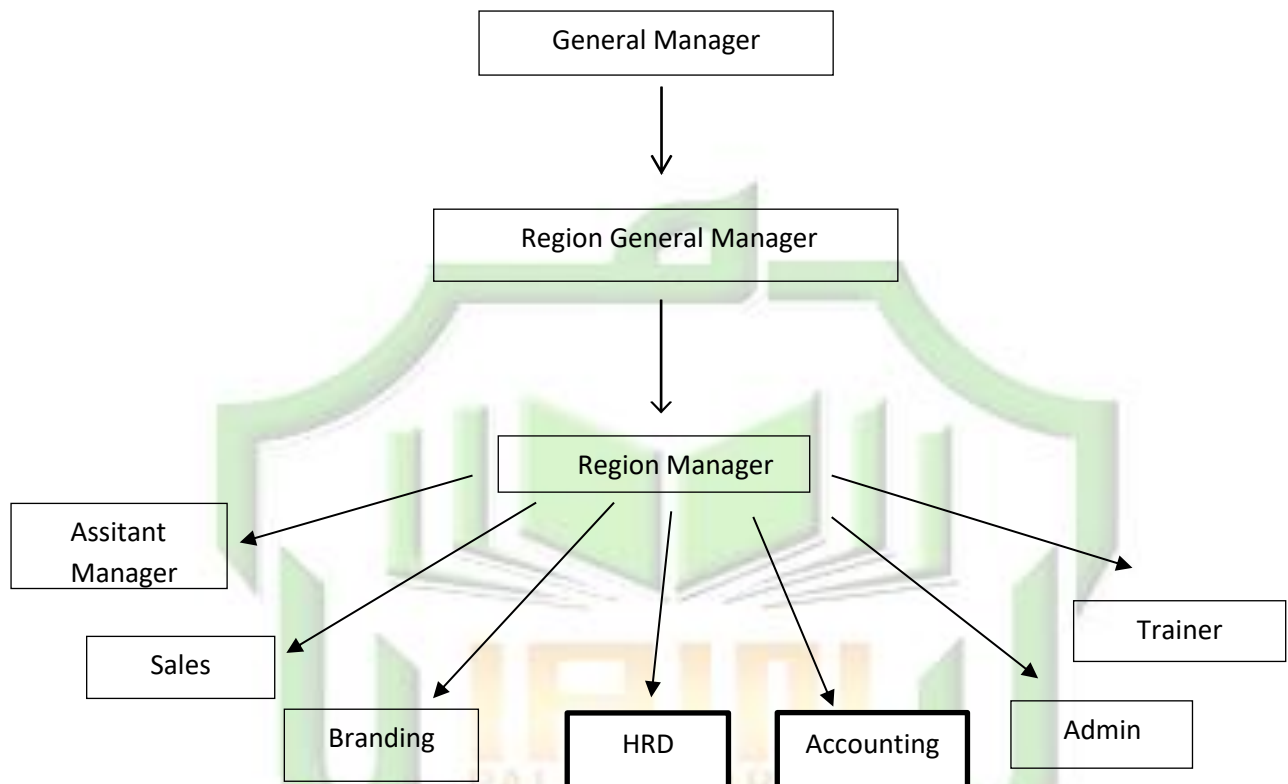
organisasi divisional dengan tujuan untuk menutupi kekurangan-kekurangan yang terdapat pada kedua bentuk struktur organisasi tersebut. Struktur organisasi matriks ini sering juga disebut dengan struktur organisasi proyek karena karyawan yang berada di unit kerja fungsional juga harus mengerjakan kegiatan atau tugas proyek-proyek organisasi yang ditugaskan kepadanya.

Struktur organisasi ini biasanya digunakan oleh perusahaan yang berskala besar atau perusahaan-perusahaan multinasional. Struktur yang digunakan oleh smartphone OPPO adalah bentuk struktur organisasi matriks yang pada dasarnya merupakan kombinasi dari organisasi fungsional dan organisasi divisional. Asas kesatuan komando tetap dipertahankan dan pelimpahan wewenang berlangsung secara vertikal dari pucuk pimpinan kepada pimpinan dibawahnya. Pucuk pimpinan tetap sepenuhnya berhak menetapkan keputusan, kebijaksanaan, dan merealisasikan tujuan perusahaan. Dalam membantu kelancaran tugas pimpinan, ia mendapat bantuan dari para staff. Tugas para staff hanya memberikan bantuan, pemikiran saran-saran, data, informasi, dan pelayanan kepada pimpinan sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan keputusan dan kebijaksanaannya.

Bentuk organisasi matriks mengambil kelebihan-kelebihan dari bentuk organisasi divisional seperti adanya pengawasan secara langsung, serta mengambil kelebihan-kelebihan dari organisasi fungsional seperti adanya spesialisasi kerja. Bentuk struktur organisasi inilah yang digunakan smartphone OPPO. Bagan struktur organisasi smartphone OPPO adalah

sebagai berikut:

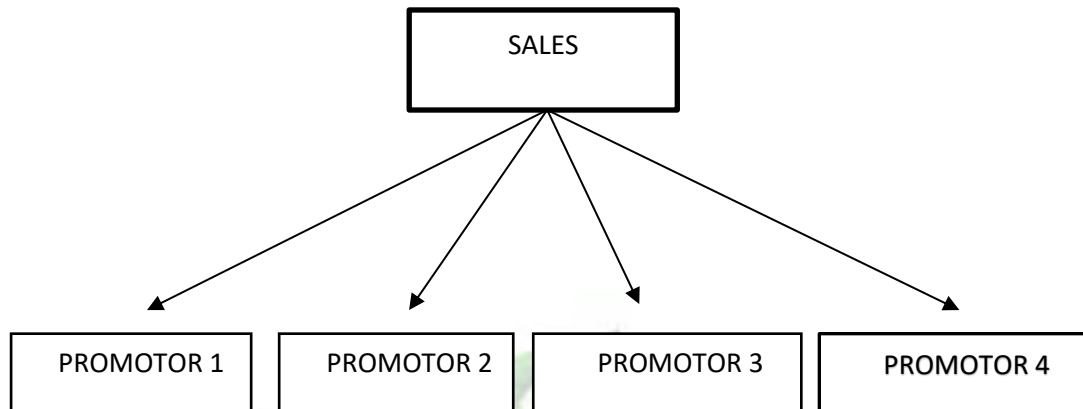
Gambar 2.1
Struktur Organisasi PT. *World Innovative*
Communication Kalimantan Tengah



Sumber: PT. World Innovative Telecommunication tahun 2018

Gambar 2.2

Struktur Organisasi OPPO Kabupaten Gunung Mas



e. Pekerjaan (Job Description)

1. General Manager

Bertanggung jawab terhadap keberlangsungan jalannya perusahaan dibantu oleh *Region General Manager*.

2. Region General Manager

Bertanggung jawab terhadap keberlangsungan jalannya perusahaan di kantor cabang.

3. Region Manager

Bertanggung jawab dalam mengawasi dan mengatur jalannya perusahaan yang dia pimpin dan bertanggung jawab atas perkembangan perusahaan tersebut di kantor cabang.

a. Assitant Manager

Bertugas dalam membantu pihak *Region Manager*.

b. Sales

Memberikan pengarahan kepada *salesman* dan harus bisa

bekerjasama kepada pihak ketiga dalam memasarkan produknya.

c. *HRD*

Bertugas dalam menangani, mengawasi, dan mengatur perkembangan produk dan bertanggung jawab pada customer.

d. *Accounting*

Mengatur keuangan dari masing-masing departemen dan mengatur pengeluaran biaya untuk biaya operasional sehari-hari.

f. *Admin*

Bertugas mencatat pemasukan dan pengeluaran uang perusahaan serta membuat berbagai macam surat sesuai dengan departemen masing-masing.

g. *Trainer*

Bertugas dalam memasarkan produk tersebut.

Job description pada struktur organisasi OPPO di daerah Kabupaten Gunung Mas sebagai berikut:

1. *Sales*

Sales adalah bagian dari suatu perusahaan yang kegiatannya adalah menjual, memastikan produk yang terlihat atau pun tidak. Selain itu juga berkewajiban untuk menawarkan produk sehingga bisa terjual dengan harga yang sesuai perencanaan perusahaan tapi juga diterima oleh konsumen. Tugas dan tanggung jawab *sales* adalah sebagai berikut.

- a. Mengontrol toko dan memastikan kesediaan stok barang untuk beberapa hari kedepan.
- b. *Followup* orderan ke pemilik toko.
- c. Mendorong program OPPO.
- d. Membuka toko baru.
- e. Menjaga hubungan baik dengan *owner* (pemilik toko).

2. *Promotor*

Promotor adalah orang yang diberi tanggung jawab untuk mengerjakan tugas promosi dari produk tertentu pada suatu perusahaan. Banyak perusahaan seperti gadget, handphone dan elektronik yang menggunakan jasa *promotor* untuk mempromosikan produk mereka. Tugas dan tanggung jawab *Promotor* adalah sebagai berikut.

- a. **Meningkatkan penjualan yang telah ditargetkan.**
- b. ***Grooming* dan penampilan yang rapih.**
- c. *Menghandle* atau melayani konsumen hingga tuntas.
- d. Menjaga kebersihan di lingkungan area toko.
- e. Report penjualan dan respon group internal penjualan.

e. **Jenis Produk Smartphone OPPO**

OPPO Smartphone memiliki berbagai jenis produk telepon genggam. Pada tahun 2013, Smartphone OPPO memproduksi 3 tipe smartphone, yaitu OPPO Find 5, OPPO Find 5 Mini, dan OPPO N1. Tahun 2014, OPPO *Smartphone* memproduksi 10 tipe, yaitu OPPO R1, OPPO N1 Mini, OPPO Find

Waym OPPO Find Way S, OPPO Find Mirror, OPPO Mirror 3, OPPO Yoyo, OPPO Neo, OPPO Neo 3, dan OPPO N3. Tahun 2015, ada 12 tipe, yaitu OPPO Joy, OPPO R7 Lite, OPPO R7 Plus, OPPO R7s, OPPO Neo 5, OPPO Find 7a, OPPO Joy 3, OPPO Mirror 5, OPPO Joy Plus, OPPO R1x, OPPO Neo 7, dan OPPO R5. Tahun 2016, ada 8 tipe, yaitu OPPO F1, OPPO A37, OPPO F1 Plus, OPPO F1 Plus FCB Edition, OPPO F1s, OPPO Raisa Phone, OPPO A39, dan OPPO A38. Tahun 2017, ada 12 tipe, yaitu OPPO F1s (64GB ROM + 4GB RAM), OPPO F3 Plus, OPPO A57, OPPO F3, OPPO Reza Rahardian Phone, OPPO F3 FCB Limited Edition, OPPO F3 Red, OPPO F5, OPPO F5 64 GB, OPPO F5 Youth, OPPO F5 Dashing Blue, dan OPPO A71 3GB. Tahun 2018, ada 3 tipe, OPPO F7 Youth, OPPO F7, dan OPPO A71, Tahun 2019, ada 4 tipe yaitu OPPO A1k, OPPO A3s, OPPO A5s, OPPO Reno 3, Tahun 2020, ada 7 tipe yaitu OPPO A11k, OPPO A12, OPPO A5 2020, OPPO A9 2020, OPPO A53, OPPO Reno 4 dan OPPO Reno 4F. Tahun 2021 ada 4 tipe yaitu OPPO Reno 5, Reno 5F, OPPO A15, OPPO A15s,

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), peneliti akan mengumpulkan data dengan cara mendatangi langsung ke lapangan, masyarakat, kelompok atau lembaga yang menjadi objek penelitian untuk mempelajari secara intensif tentang berbagai permasalahan yang diteliti.⁵¹ Metode penelitian merupakan hal yang penting untuk memberi arahan dan petunjuk agar penelitian dapat berjalan baik dan lancar. Dalam hal ini penulis akan menggali data ke mitra OPPO dan perwakilan dari pihak pimpinan OPPO di Kuala Kurun Kabupaten Gunung Mas agar mendapat hasil yang orisinal dan bertanggung jawab. Metode ini juga menjadi suatu cara untuk memecahkan dan mengurai masalah dengan mengumpulkan, menyusun, menganalisis dan menarik kesimpulan.

Sedangkan apabila ditinjau dari sifat-sifat datanya, maka penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif (*kualitatif research*). Metode penelitian kualitatif sebagaimana yang diungkapkan Bogdan dan Taylor sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang

⁵¹ Sumardi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, Cet V, Jakarta: Rajawali, 1990, h. 23.

diamati.⁵² Cara pengumpulan data dan menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti. Peneliti akan meneliti sesuai dengan fenomena bagaimana penerapan akad kerja sama dalam perspektif ekonomi syariah yang dilakukan oleh pihak OPPO dan mitranya.

2. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kuala Kurun Kabupaten Gunung Mas. Dipilihnya lokasi penelitian tersebut dengan berbagai alasan, *pertama* smartphone merk OPPO adalah salah satu penjualan smartphone terlaris di Kuala Kurun, ini ditunjukkan oleh banyaknya mitra, branding toko, dan promotor yang ditempatkan di toko-toko penjualan handphone di daerah tersebut. *Kedua*, tempat tersebut merupakan daerah asal penulis sehingga lebih memudahkan dalam mengambil data serta menghemat waktu dan biaya. *Ketiga*, tema tersebut belum pernah diteliti di Kuala Kurun Kabupaten Gunung Mas.

3. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2021 – Mei 2021 dengan rincian sebagai berikut:

- a. Tahap pra lapangan dimulai pada minggu pertama bulan Januari 2021 sampai dengan Februari 2021.
- b. Tahap lapangan dimulai pada minggu pertama hingga keempat bulan Februari 2021 sampai dengan Maret 2021.

⁵² Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, h. 32.

- c. Tahap penulisan hasil penelitian dilakukan pada bulan Maret 2021 sampai dengan bulan Mei 2021.

B. Teknik Penggalian Data

Pada penelitian ini digunakan beberapa metode yang tepat untuk mengumpulkan data, yaitu:

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan peneliti dengan melibatkan diri dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati, sehingga diperoleh data yang lebih lengkap, tajam, dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang nampak.⁵³ Observasi yang dilakukan merupakan observasi partisipatif aktif, di mana penulis sebagai salah satu mitra yang bekerja sama dengan pihak OPPO di Kuala Kurun. Data yang dicari dari observasi ini adalah akad kerja sama yang diterapkan oleh pihak OPPO. Dalam proses observasi ini peneliti mendapat berbagai macam informasi terkait akad kerja sama OPPO yang diterapkan pada mitra, peneliti akan mendatangi tempat usaha mitra dan akan mengamati secara langsung seperti fasilitas yang sudah di dapatkan oleh mitra seperti promotor, spanduk, lampu brand, meja etalase, dll. Berikut nama-nama dan deskripsi informan yang akan di observasi:

1. MS

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 227.

MS usia 37 tahun merupakan salah satu mitra yang bekerja sama dengan pihak OPPO dari tahun 2015 sampai sekarang 2021 (6 tahun). Beliau memiliki toko ponsel yang bernama “Raffa Ponsel” yang beralamat di Jl. Sangkurun Kel. Kuala kurun Kec. Kurun Kab. Gunung Mas. Fasilitas yang sudah didapatkan sejak bekerja sama dengan OPPO selain keuntungan adalah 1 *promotor* yang membantu di toko, 1 *neon box* nama toko, 2 meja etalase OPPO, spanduk, brosur, dll.⁵⁴

2. HZ

HZ usia 40 tahun merupakan salah satu mitra yang bekerja sama dengan pihak OPPO dari tahun 2015 sampai sekarang 2021 (6 tahun). Beliau memiliki toko ponsel yang bernama “Aydi Ponsel” yang beralamat di Jl. Sangkurun Kel. Kuala kurun Kec. Kurun Kab. Gunung Mas. Fasilitas yang sudah didapatkan sejak bekerja sama dengan OPPO selain keuntungan adalah 1 *promotor* yang membantu di toko, 1 *neon box* nama toko, 2 *neon box display* produk OPPO, 5 meja etalase OPPO, spanduk, brosur, dll.⁵⁵

3. DY

DY usia 42 tahun merupakan salah satu mitra yang bekerja sama dengan pihak OPPO dari tahun 2017 sampai

⁵⁴Hasil wawancara dengan MS, 17 April 2021

⁵⁵Hasil wawancara dengan HZ, 20 April 2021

sekarang 2021 (4 tahun). Beliau memiliki toko ponsel yang bernama “Rahmat Computer” yang beralamat di Jl. Sangkurun Kel. Kuala kurun Kec. Kurun Kab. Gunung Mas. Fasilitas yang sudah didapatkan sejak bekerja sama dengan OPPO selain keuntungan adalah 1 *promotor* yang membantu di toko, 1 *neon box* nama toko, 4 meja etalase OPPO, spanduk, brosur, dll.⁵⁶

4. BG

BG usia 22 tahun merupakan sales OPPO yang bertanggung jawab di daerah Kabupaten Gunung Mas, dia bekerja di OPPO dari tahun 2018 sampai sekarang 2021 (3 tahun). Bambang bertanggung jawab dengan 13 promotor di area Gunung Mas. 13 promotor tersebut ditempatkan di toko mitra dealer untuk mendukung dan meningkatkan penjualan OPPO di toko mitra tersebut. Selain itu, dia juga memberikan info terkait *update* stok dan barang pada mitra *dealer* dan mengalokasikan ketersediaan barang pada mitra.

2. Interview (Wawancara)

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. secara terstruktur, di mana peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karenanya dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif

⁵⁶Hasil wawancara dengan DY, 24 April 2021

jawabannya pun telah disiapkan. Sedangkan secara tidak terstruktur, di mana peneliti dapat melakukan melalui tatap muka (*face to face*). Dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan pertanyaan secara langsung melalui tatap muka (*face to face*).

Wawancara dalam penelitian ini ditujukan untuk memperoleh data yang valid tentang:

- a. Akad kerja sama OPPO dengan mitra toko.
- b. Akad kerja sama OPPO dengan pihak penanggung jawab OPPO di Kuala Kurun Kab. Gunung Mas.
- c. Pandangan mitra dan penanggung jawab OPPO tentang akad dalam perspektif ekonomi syariah.

Berikut jadwal wawancara yang akan dilakukan oleh peneliti:

Tabel 3.1 Jadwal Wawancara

Nama Informan	Waktu Wawancara	Tempat Wawancara
MS (Mitra)	Sabtu, 17 April 2021	Toko RP
HZ (Mitra)	Selasa, 20 April 2021	Toko AP
DY (Mitra)	Sabtu, 24 April 2021	Toko RC
BG (sales)	Selasa, 13 April 2021	Toko AD

3. Studi Dokumenter

Metode ini adalah salah satu metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Dalam hal ini data-data tersebut merupakan data yang bersifat tulisan.

Studi dokumenter merupakan suatu metode atau teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengungkapkan, mencari berbagai informasi dari sumber-sumber yang berkaitan dengan masalah penelitian. Selain untuk mendapatkan berbagai data-data yang berkaitan dengan akad kerja sama OPPO namun juga dokumen-dokumen resmi berupa profil OPPO. Adapun studi dokumenter yang dibutuhkan penulis dalam penelitian ini adalah berbagai referensi berupa kontrak kerja yang sudah diberikan oleh pihak OPPO pada mitra.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari responden/informen secara langsung.⁵⁷

Data primer penelitian adalah data yang langsung diterima dari penjual produsen smartphone OPPO di Kuala Kurun.

⁵⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 22.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer. Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh penulis serta dari studi pustaka. Dapat dikatakan data sekunder ini bisa berasal dari dokumen-dokumen grafis seperti tabel, catatan, foto dan lain-lain.⁵⁸

Data sekunder penelitian ini adalah: referensi tentang akad kerja sama dalam perspektif ekonomi syariah dan kerja sama yang dilakukan oleh smarphone OPPO.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian adalah perwakilan penanggung jawab pihak OPPO yang berjumlah 1 orang pegawai dan 3 mitra pihak pemilik toko dari jumlah keseluruhan 15 toko yang ada di Kuala Kurun jadi ada 4 orang yang dijadikan sebagai subjek penelitian. Pemilihan subjek penelitian tersebut adalah menggunakan kriteria pemilik toko yang melakukan kontrak kerja langsung dengan menerapkan akad kerja sama dalam penjualan smarphone OPPO di Kuala Kurun. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu

⁵⁸ *Ibid*, h. 22.

metode *total quota sampling*. *Total quota sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara menetapkan jumlah tertentu sebagai target yang harus dipenuhi dalam pengambilan sampel dari populasi (khususnya yang tidak terhingga atau tidak jelas), kemudian dengan patokan jumlah tersebut peneliti mengambil sampel secara acak asal memenuhi persyaratan sebagai sampel dari populasi tersebut.⁵⁹ Pada penelitian ini sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara pihak mitra dan pegawai OPPO yang bertanggung jawab di daerah tersebut.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang sifatnya mendukung sumber data primer. Sumber data sekunder ini meliputi dokumen, yaitu profil dan akad kerja sama antara OPPO dan mitra toko serta buku-buku dan lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

E. Analisis Data

Ada beberapa tahapan dalam menganalisis data, analisis data ini yaitu dengan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk dicari tema dan polanya (*data reduction*), kemudian data disajikan dalam sebuah pola yang sesuai dengan kajian (*data display*), dan setelah itu ditarik sebuah kesimpulan yang menghasilkan sebuah hipotesis dan deskripsi

⁵⁹ Kasiram, M. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Malang: UIN Malang Press, 2008, h. 227.

atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap menjadi jelas (*conclusion drawing*) atau (*verification*)⁶⁰

Miles dan Huberman menyatakan bahwa aktivitas dalam analisis data pada penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas analisis data sebagaimana yang diungkapkan tersebut meliputi tiga unsur yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Ketiga unsur dimaksud dapat diungkapkan sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Reduction Data*)

Menurut Sugiyono reduksi adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data merupakan langkah awal dalam menganalisa data dalam penelitian ini. Kegiatan reduksi data dalam penelitian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami data yang telah dikumpulkan. Data yang telah dikumpulkan dari lapangan melalui observasi, wawancara direduksi dengan cara merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan penting, mengklasifikasikan sesuai fokus yang ada pada masalah dalam penelitian ini.

Proses mereduksi data dalam penelitian ini merupakan bagian dari analisis untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan membuang

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabet, 2000, h. 300.

yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan baik sehingga proses kesimpulan akhir nanti terlaksana dengan baik.

Dalam penelitian ini, aspek-aspek yang direduksi adalah hasil observasi maupun wawancara menyangkut akad kerja sama di Kota Kuala Kurun. Pemenuhan aspek-aspek dimaksud memudahkan peneliti dalam melakukan penyajian data dan berujung pada penarikan kesimpulan dari hasil penelitian ini.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Setelah data direduksi, tahapan selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.⁶¹

Dari penjelasan tersebut, maka langkah selanjutnya adalah membuat uraian yang bersifat naratif, sehingga dapat diketahui rencana kerja selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami dari data tersebut. Rencana kerja tersebut bisa berupa mencari pola-pola data yang dapat mendukung penelitian tersebut. Penyajian data (*display*) merupakan tahapan kedua dari tiga tahapan aktivitas menganalisa data dalam penelitian kualitatif seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Dalam proses penyajian data peneliti menyajikan data secara jelas dan singkat untuk memudahkan dalam

⁶¹ *Ibid*, h. 341.

memahami masalah-masalah yang diteliti, baik secara keseluruhan maupun bagian demi bagian. Untuk itu menurut Nasution bahwa data yang bertumpuk dan laporan yang tebal akan sulit dipahami, oleh karena itu agar dapat melihat gambaran atau bagian-bagian tertentu dalam penelitian harus diusahakan membuat berbagai macam matriks, uraian singkat, networks, chart dan grafik.

Sementara itu Miles dan Huberman mengungkapkan bahwa “*The most frequent form of display data for qualitative research data in the has been narrative text*” atau yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Sebagaimana dengan proses reduksi data, penyajian data dalam penelitian ini tidaklah terpisah dari analisis data. Hal yang penulis lakukan dalam proses penyajian data pada penelitian ini adalah peneliti menyajikan atau menganalisis akad kerja sama OPPO dan mendeskripsikannya ditinjau dari ekonomi syariah.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada atau berupa gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Kesimpulan ini masih sebagai hipotesis, dan dapat menjadi teori jika didukung oleh data-data yang lain.⁶²

⁶² *Ibid*, h. 345.

Dari proses pengumpulan data, peneliti mulai menganalisis akad kerja sama OPPO di Kota Kuala Kurun. Penarikan kesimpulan ini berubah menjadi kesimpulan akhir yang akurat dan kredibel karena proses pengumpulan data oleh peneliti menemukan bukti-bukti yang kuat, valid dan konsisten dalam mendukung data-data awal dimaksud. Kesimpulan-kesimpulan yang ada kemudian diverifikasi selama penelitian ini berlangsung. Verifikasi ini berupa pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran peneliti selama masa penulisan (penyusunan dan pengolahan data), tinjauan ulang pada catatan-catatan selama masa penelitian (di lapangan), tinjauan kembali dengan seksama berupa tukar pikiran dengan para ahli (pembimbing) untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif, serta membandingkan dengan temuan-temuan data lain yang berkaitan dengan akad kerja sama OPPO. Dengan demikian, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan merupakan satu kesatuan atau unsur-unsur penting dalam analisis hasil sebuah penelitian kualitatif sebagaimana yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman.

Analisis data dalam penelitian ini merupakan sebuah proses untuk mencari serta menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan cara mengorganisir data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dari penjelasan di atas, maka langkah penarikan kesimpulan ini

dimulai dengan mencari pola, tema, hubungan, hal-hal yang sering timbul, yang mengarah pada akad kerja sama yang diterapkan oleh OPPO di tinjau dari perspektif ekonomi syariah di Kota Kuala Kurun Kabupaten Gunung Mas.

F. Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan (*trustworthiness*) data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan, yaitu:

1. Kepercayaan (*Credibility*)

Kredibilitas data dimaksudkan untuk membuktikan data yang berhasil dikumpulkan sesuai dengan sebenarnya. Ada beberapa teknik untuk mencapai kredibilitas ialah teknik perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, dan *membercheck*.⁶³

a. Perpanjangan pengamatan

Dengan memperpanjang pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan memperpanjang pengamatan ini berarti hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin akrab (tidak ada jarak lagi), semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi

⁶³ *Ibid*, h. 270.

sehingga peneliti melakukan penggalian data secara lebih mendalam supaya data yang diperoleh menjadi lebih konkrit dan valid.

b. Peningkatan ketekunan

Peneliti dapat meningkatkan ketekunan dalam bentuk pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu benar atau tidak, dengan cara melakukan pengamatan secara terus-menerus, membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi yang terkait, sehingga wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam.

c. *Triangulasi*

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan berbagai sumber diluar data sebagai bahan perbandingan. Kemudian dilakukan *cross check* agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan.

d. Diskusi dengan teman sejawat

Teknik yang dilakukan dengan cara mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi analitik dengan rekan-rekan sejawat. Dari informasi yang berhasil digali, diharapkan dapat terjadi perbedaan pendapat yang akhirnya lebih memantapkan hasil penelitian.⁶⁴

e. *Member Check*

⁶⁴ *Ibid*, h. 276.

Member check merupakan suatu proses pengecekan data kepada sumber data. Adapaun tujuan dilakukannya *member check* yaitu agar informasi yang diperoleh dalam laporan penelitian memiliki kesesuaian dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber data atau informan.

2. Keteralihan (*Transferability*)

Pada penelitian kualitatif, nilai *transferabilitas* tergantung pada pembaca, sampai sejauh mana hasil penelitian tersebut dapat diterapkan pada konteks dan situasi sosial yang lain. Jika pembaca memperoleh gambaran dan pemahaman jelas tentang laporan penelitian (konteks dan fokus penelitian) maka hasil penelitian itu dapat dikatakan memiliki *transferabilitas* tinggi.

3. Kebergantungan (*Dependability*)

Kriteria ini digunakan untuk menjaga kehati-hatian akan terjadinya kemungkinan kesalahan dalam mengumpulkan dan menginterpretasikan data sehingga data dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Kesalahan sering dilakukan oleh manusia itu sendiri terutama peneliti karena keterbatasan pengalaman, waktu, pengetahuan. Cara untuk menetapkan bahwa proses penelitian dapat dipertanggungjawabkan melalui audit *dependability* oleh auditor independen oleh dosen pembimbing.

4. Kepastian (*Confirmability*)

Kriteria ini digunakan untuk menilai hasil penelitian yang dilakukan dengan cara mengecek data dan informasi serta interpretasi hasil penelitian yang didukung oleh materi yang ada pada pelacakan audit.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Hasil Penelitian

Paparan data yang peneliti peroleh dari lapangan adalah data hasil observasi dan interview atau wawancara. Wawancara yang peneliti lakukan adalah wawancara tidak terstruktur atau bisa dikatakan wawancara informal, sehingga proses wawancara ini bersifat santai dan berlangsung dalam kegiatan sehari-hari tanpa mengganggu aktivitas subyek.

1. Subjek MS

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan MS selaku mitra, kerja sama dengan OPPO sudah dilakukan selama beberapa tahun ini dan cukup memberikan keuntungan (profit) pada mitra. Penandatanganan kontrak kerja dilakukan di awal kerja sama, setelah itu kontrak perjanjian tersebut tidak diberikan lagi di tahun-tahun berikutnya hanya diberikan pada awal tahun kerja sama. OPPO tidak memberikan opsi lain terkait pemesanan barang misalnya ada diberikan tempo pembayaran, harus mengirim sejumlah uang dulu baru mendapatkan barang. Sehingga agak memberatkan di awal pembelian. Berdasarkan hasil wawancara MS terkait hal tersebut, “Satu hal yang perlu digaris bawahi adalah saat kita harus belanja cash (tunai) di depan, pihak OPPO tidak memberikan satu opsi atau tempo pembayaran.”⁶⁵

⁶⁵ Wawancara dengan mitra OPPO (MS), 17 April 2021.

Support atau dukungan dari OPPO terkait memasarkan produk OPPO di lihat dari pencapaian penjualan seberapa banyak jumlah mitra sudah menjual produk OPPO jadi, semakin banyak produk OPPO terjual maka pihak OPPO juga akan banyak memberikan support penjualan seperti promotor, neon box, spanduk, banner, papan reklame, dll. Berikut hasil wawancara dengan MS terkait hal tersebut.

karena pangsa pasar kita kurang maksimal jadi support mereka juga melihat nilai (*value*) maupun angka pencapaian penjualan yang sudah kita peroleh, tetap ada support dari OPPO tapi kami tidak diberikan kebebasan dalam meminta support tersebut.⁶⁶

Beliau juga mengungkapkan bahwa tidak jadi masalah jika ada ketetapan harga dari OPPO karena OPPO memberikan pengembalian dana (*refund*). Sistem *refund* pada OPPO juga sudah tepat, tidak ada masalah yang menjadi kendala saat *refund* diberikan.

Penetapan harga sangat setuju karena adanya keseragaman harga di seluruh toko mitra. Dari sharing atau pembagian laba yang ditawarkan OPPO juga sangat menguntungkan. Jika dalam pasaran setiap mitra melakukan penjualan yang sesuai harga maka pemasarannya akan sehat dan adil tetapi terkadang kenyataannya mitra lain masih ada yang melakukan permainan harga misalnya harga produk diturunkan tidak sesuai dengan ketetapan harga dari OPPO. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan MS mitra OPPO seperti wawancara di bawah ini:

⁶⁶ Wawancara dengan mitra OPPO (MS), 17 April 2021.

jika kompetitif penjualannya sehat semua mitra secara supportif mengikuti harga dari OPPO maka tidak jadi masalah jika ada penetapan harga dari OPPO tetapi kenyataannya harga bisa dimainkan oleh mitra yang lain yang membuat harga berbeda-beda sehingga menjadi tidak seragam lagi dan menjadi ganjalan bagi mitra lain⁶⁷

Pengawasan harga juga tergantung dari pihak OPPO yang bertanggung jawab di setiap daerah, jika di daerah khususnya Kalimantan pengawasan harga tidak terlalu ketat berbeda dengan di daerah Jawa. Pengawasan harga menjadi kecemasan tersendiri bagi mitra jika ada permainan dari mitra lain tetapi beliau mengatakan “Pengawasan harga menjadi momok bagi yang memainkan harga tetapi kami merasa tidak mempermainkan harga karena menjual dengan harga sesuai dengan standar OPPO”.⁶⁸

MS juga mengungkapkan terkait kebijakan perubahan harga pada OPPO sedikit masalah jika stok barang unit yang di turunkan harganya masih banyak, tetapi biasanya jumlah *refund* tidak terlalu banyak tidak sampai mengganggu penjualan hanya kisaran 5% dari harga produk dan uangnya pasti dikembalikan sesuai dengan jumlah stok barang yang masih ada di toko.

2. Subjek HZ

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan HZ selaku mitra, kerja sama dengan OPPO sudah dimulai sejak tahun 2015, awal OPPO masuk dalam penjualan handphone atau smartphone kurang

⁶⁷ Wawancara dengan mitra OPPO (MS), 17 April 2021

⁶⁸ Wawancara dengan mitra OPPO (MS), 17 April 2021

meyakinkan karena Pembelian smartphone OPPO memang berbeda dengan pembelian handphone sebelum OPPO datang menawarkan produknya. Jika dulu pembelian handphone melalui distributor besar, mitra biasanya memesan produk lalu pembayaran bisa di berikan tempo misalnya 2 minggu terkadang sampai 1 bulan jadi tidak menggunakan pembayaran tunai (cash). Saat membeli pada distributor besar, mitra juga tidak perlu melakukan penandatanganan kontrak kerja sama hanya berdasarkan saling percaya sedangkan pada OPPO pembelian harus dibayar cash (tunai) di muka kemudian barang dikirim pada mitra.

Berikut wawancara dengan HZ terkait hal tersebut:

awalnya tidak yakin dengan sistem OPPO yang harus mengirim uang terlebih dahulu baru mendapatkan barang karena khawatir barangnya tidak dikirim sedangkan sebelum ada OPPO, mitra mendapatkan barang (handphone) terlebih dahulu setelah itu dibayar dengan waktu atau tempo yang sudah disepakati dengan distributor barang.⁶⁹

OPPO biasanya memiliki program-program untuk mitra, misalnya menjual produk OPPO unit tertentu dengan jumlah target penjualan yang ditentukan OPPO tetapi HZ tidak tertarik mengikuti program tersebut beliau hanya ingin menjual produk OPPO sebanyak-banyaknya tanpa harus ditentukan produk apa yang harus dijual dan beliau juga tidak mau terikat dengan target saat mendapatkan support atau dukungan dari OPPO karena HZ menilai target penjualan untuk mengikuti program OPPO memberatkan pihak mitra.

⁶⁹ Wawancara dengan mitra OPPO (HZ), 20 April 2021

Pihak OPPO akan memberikan dukungan (*support*) untuk meningkatkan penjualan dengan meminjamkan media promosi/reklame misalnya seperti etalase, neon box, spanduk, banner, leaflet, brosur serta promotor untuk mendukung dan membantu meningkatkan penjualan di toko pihak mitra. Hal itu juga dikemukakan oleh mitra (HZ), berikut pernyataannya:

kerja sama dengan OPPO tetap terjalin baik sampai sekarang karena sebagai tanda terima kasih pada pihak OPPO sudah memberikan fasilitas promotor yang dapat membantu penjualan di toko tanpa pihak mitra memberikan gaji pada promotor tersebut.⁷⁰

Ketetapan harga yang ditentukan oleh OPPO tidak menjadi masalah karena sebenarnya harga sudah berubah-ubah, terkadang dari pihak mitra yang lain bisa menurunkan harga di bawah standar retail price (SRP) dari OPPO. Jadi sudah tidak bisa dijadikan pegangan SRP dari OPPO.

Beliau juga mengatakan terkait perubahan harga tidak keberatan adanya perubahan harga mendadak karena keuntungannya masih ada, dan penurunan harga tidak banyak jadi masih ada untung yang bisa di ambil sehingga tidak merugikan. Hal tersebut juga diungkapkan oleh HZ melalui wawancara sebagai berikut:

tidak keberatan adanya perubahan harga mendadak karena keuntungannya masih ada, dan penurunan harga tidak banyak jadi masih ada untung yang bisa di ambil sehingga tidak merugikan. Dan OPPO juga memberikan *refund* sehingga tidak merugikan mitra meskipun waktu pemberian *refund* tidak ditentukan dengan jelas.⁷¹

⁷⁰ Wawancara dengan mitra OPPO (HZ), 20 April 2021

⁷¹ Wawancara dengan mitra OPPO (HZ), 20 April 2021.

OPPO juga memberikan *refund* sehingga tidak merugikan mitra meskipun waktu pemberian *refund* tidak ditentukan dengan jelas. Tidak menjadi masalah kapan pun *refund* diberikan oleh pihak OPPO, Hal tersebut juga diungkapkan melalui wawancara HZ sebagai berikut:

waktu pemberian *refund* juga tidak menjadi masalah karena tetap diberikan *refund* nya walaupun dengan waktu yang tidak ditentukan. Biasanya promotor yang mencatat produk yang di *refund* agar jelas berapa jumlah barang yang masih ada di toko.⁷²

Beliau juga mengungkapkan Pengawasan harga dari pihak OPPO sangat kurang sekali, ada pengawasan tapi tidak terlalu ketat dan tidak ada sanksi saat melanggar hingga sekarang harga sudah tidak bisa sesuai dengan SRP lagi karena ada beberapa mitra yang lain menjual dibawah harga yang ditentukan oleh pihak OPPO. Penurunan harga oleh mitra di luar pengawasan OPPO berpengaruh pada mitra yang lain karena tidak sehat dan tidak kompetitif lagi tapi pembeli (pengguna) sangat menguntungkan karena dapat harga di bawah standar OPPO. Hal ini juga menuntut ketegasan dari pihak OPPO tetapi biasanya penurunan harga tersebut tidak diawasi dengan benar karena terkait dengan target yang mereka harus capai.

Pemotongan harga biasanya hanya diberikan saat pembelian OPPO dengan partai atau dengan jumlah banyak biasanya mendapatkan potongan harga sesuai dengan pengawasan pihak OPPO, pemotongan harga tersebut diketahui oleh sales yang bertanggungjawab. OPPO

⁷² Wawancara dengan mitra OPPO (Hamzah), 20 April 2021.

biasanya memberikan pembagian berapa persen dari jumlah keuntungan antara mitra dan *reseller* secara partai. Pemotongan harga tersebut tidak diberlakukan untuk penjualan ecer. *Reseller* di sini bukan merupakan mitra yang bekerja sama langsung dengan menandatangani kontrak perjanjian OPPO.

HZ selaku mitra sering mengeluhkan pada sales karena kurangnya pengawasan dari OPPO, biasanya pihak OPPO menampung saran-saran dan keluhan tersebut tetapi memang dari pihak OPPO kurang memberikan ketegasan atau teguran terhadap mitra lain yang mengurangi harga tanpa pengawasan dari pihak OPPO.

3. Subjek DY

Berdasarkan wawancara dari subjek DY selaku mitra, kerja sama dengan OPPO sangat menguntungkan. Beliau juga mengungkapkan ketetapan harga yang ditentukan OPPO sudah bagus karena harga OPPO sudah standar atau sesuai dengan harga di pasaran dan harga nya bisa bersaing dengan smartphone yang lain. Dalam hal penetapan harga DY mengatakan sebagai berikut:

ketetapan harga yang diberikan sangat setuju karena adanya keseragaman harga di seluruh toko mitra. Dari sharing laba yang ditawarkan OPPO juga sangat menguntungkan. Dari segi ongkos pengiriman barang juga *free* (gratis) jadi sudah tidak ada biaya yang dikeluarkan.⁷³

Dukungan atau support dari OPPO sudah bagus tapi kalau pihak mitra meminta lebih banyak fasilitas tidak akan diberikan karena

⁷³ Wawancara dengan mitra OPPO (DY), 24 April 2021

dukungan itu menyesuaikan dengan jumlah penjualan mitra yang mencapai target yang diberikan OPPO.

Terkait perubahan harga mendadak juga menjadi sedikit masalah karena tidak adanya info terlebih dahulu pada mitra. Mengenai perubahan harga DY melalui wawancara mengungkapkan seperti di bawah ini:

perubahan harga mendadak juga menjadi sedikit masalah karena tidak adanya info terlebih dahulu pada mitra. Ini juga merugikan karena keuntungan yang didapatkan tertahan ataupun tertunda akibat perubahan harga tersebut.⁷⁴

Ini juga merugikan karena keuntungan yang didapatkan tertahan ataupun tertunda akibat perubahan harga tersebut. Kurang adanya transparansi atau keterbukaan dalam pengawasan harga juga tergantung dari pihak OPPO yang bertanggung jawab di setiap daerah karena memiliki perbedaan kedisiplinan dalam pengawasan menetapkan harga.

Dalam hal pengembalian dana beliau mengungkapkan kurang adanya transparansi dalam masalah *refund* dan jangka waktu yang terlalu lama lebih dari sebulan (30 hari kerja) seharusnya *refund* yang bagus berjarak hanya 1 minggu dari info perubahan harga, beliau juga memberi masukan bahwa sistem *refund* yang lebih baik adalah yang dimiliki brand kompetitor yang lain yaitu *refund* dipotong saat kita

⁷⁴ Wawancara dengan mitra OPPO (DY), 24 April 2021

melakukan pemesanan (*order*) barang selanjutnya. Hal tersebut diungkapkan oleh wawancara pada DY seperti di bawah ini:

kurang adanya transparansi dalam masalah refund dan jangka waktu refund yang terlalu lama lebih dari sebulan (30 hari kerja), sistem refund yang bagus lebih baik yang dimiliki brand competitor yang lain, *refund* dipotong saat kita melakukan pemesanan (*order*) barang selanjutnya.⁷⁵

DY juga mengungkapkan terkait pengawasan harga dari OPPO yang kurang transparan atau terbuka, di setiap daerah punya kebijakan berbeda terkait kenaikan atau penurunan harga tersebut. Hal tersebut berdasarkan wawancara dengan DY “pengawasan itu tidak transparan beda daerah beda kebijakan dalam mengatur dan mengawasi harga. Ada yang disiplin ada yang tidak saat mengikuti penetapan harga itu”.⁷⁶ Beliau memberikan saran atau masukan kepada OPPO agar pihak OPPO dapat mengawasi harga ke daerah-daerah. Jika ada yang menurunkan harga drastis sebaiknya pihak OPPO memberikan sanksi berupa denda uang atau tidak diberikan barang lagi supaya mitra-mitra yang lain tidak merasakan kerugian karena ada beberapa daerah, di toko mitra tertentu pembeli ramai membeli barang OPPO karena memberikan potongan harga maupun bonus secara berlebihan seperti kartu memori, headset, power bank, dll sedangkan di toko mitra yang lain sepi pembeli karena mengikuti ketentuan dari OPPO.

⁷⁵ Wawancara dengan mitra OPPO (DY), 24 April 2021

⁷⁶ Wawancara dengan mitra OPPO (DY), 24 April 2021

4. Subjek BG

Berdasarkan wawancara dari subjek BG selaku sales OPPO yang bertanggung jawab di Kabupaten Gunung Mas. Sales bertanggung jawab pada promotor yang ada di toko mitra dan memastikan stok barang tersedia. Jumlah karyawan OPPO di Kabupaten Gunung Mas ada 14 orang terdiri dari 13 orang promotor dan dibawah oleh 1 sales. Sales bertanggung jawab dalam 1 area, 1 area di sini sama dengan 1 kabupaten, supervisor (SPV) bertanggung jawab untuk 3 sampai 4 area sedangkan regional atau disebut provinsi dipimpin oleh Regional General Manager (RGM). Setiap sales diberikan target penjualan kurang lebih sekitar 800 unit barang terjual setiap bulan, promotor juga memiliki target penjualan sekitar 30-35 unit barang sedangkan untuk mitra dealer memiliki *grade* pencapaian penjualan. Grade A menjual lebih dari 300 unit barang, grade B menjual lebih dari 100 unit barang, grade C menjual 70-80 unit barang, sedangkan grade D menjual kira-kira 30-40 unit barang.

Mitra terlebih dahulu melakukan penandatanganan kontrak kerja sama dengan pihak OPPO. Adapun syarat-syarat menjadi mitra memiliki toko dan memesan (*order*) barang secara rutin.⁷⁷ Pemutusan kerja sama juga terjadi saat mitra sudah tidak lagi memesan (*order*) barang secara rutin. Di daerah Kabupaten Gunung Mas ada 20 mitra *dealer* yang sudah bekerja sama dengan OPPO.

⁷⁷ Wawancara dengan sales OPPO (BG), 13 April 2021

Dukungan atau support dari OPPO dengan cara memberikan promotor, branding toko dengan merk OPPO, mengalokasikan barang pada dealer agar barang tidak kosong. Hal ini juga sesuai dengan wawancara sales OPPO yang mengatakan:

OPPO mendukung penjualan mitra dengan cara memberikan promotor untuk membantu penjualan di toko mitra, branding toko, membagi barang agar tidak kosong karena itu juga berpengaruh pada penjualan OPPO.⁷⁸

Penetapan dan perubahan harga secara langsung diinformasikan kepada mitra setelah sales yang bertanggung jawab mendapat info perubahan harga dari pusat melalui pesan whatsapp saat itu juga tidak harus menunggu selama beberapa hari. Sebagai akibat dari perubahan harga tersebut, OPPO memberikan pengembalian dana (*refund*) dengan mengirim secara langsung dari admin rekening resmi OPPO pusat pada rekening mitra terhitung sejak 14 hari setelah ada perubahan harga sesuai dengan pernyataan BG yang mengungkapkan “Jika mendapat info refund dari pusat langsung menit itu juga diinfokan pada mitra via *whatsapp*”.⁷⁹

OPPO mengawasi kerja sama dengan mitra dengan sales memastikan langsung ke tempat toko, jika ada penemuan pengurangan atau penambahan harga atau ada pemberian hadiah (*gift*) di luar promo dari OPPO maka yang pertama mitra akan diberikan teguran secara lisan kedua, dengan mengirimkan surat, terakhir jika pihak mitra tidak

⁷⁸ Wawancara dengan sales OPPO (BG), 13 April 2021

⁷⁹ Wawancara dengan sales OPPO (BG), 13 April 2021

menghiraikan maka OPPO akan memberikan sanksi pemutusan dan pencopotan branding hingga tidak memberikan stok barang pada mitra. Berikut hasil wawancara dari sales OPPO yang bertanggung jawab terkait hal tersebut:

Langsung cek ke tempat dealer, jika ada penemuan pengurangan atau penambahan harga atau ada pemberian hadiah (*gift*) di luar promo dari OPPO maka mitra akan diberikan teguran secara lisan maupun tulisan dengan surat, sanksi pemutusan dan pencopotan branding.⁸⁰

Penjualan kembali oleh mitra dealer kepada pihak ketiga juga harus sepengetahuan dan pengawasan oleh sales oppo di area tersebut, harga yang diberikan pada reseller pihak ketiga harus di jual lagi dengan harga normal sesuai dengan ketentuan pihak OPPO secara nasional. Sanksi bisa diberikan oleh pihak OPPO pusat jika menyebabkan harga tidak normal, misalnya harga dinaikkan atau di turunkan tidak sesuai dengan ketentuan standar harga ecer OPPO (*Standar Retail Price*). Kebanyakan dilapangan mitra dealer menurunkan harga di bawah standar OPPO sampai di bawah harga modal OPPO, penurunan harga boleh dilakukan sampai batas harga modal jika *reseller* pihak ketiga ingin menjual kembali dan pengambilan barang secara partai atau banyak tetapi tidak diperbolehkan diturunkan lebih dari harga modal.

Pihak mitra juga tidak diperbolehkan memberikan bonus saat menjual produk OPPO misalnya memberikan tambahan kartu memori, *headset*, atau barang yang lain ataupun membuat promo besar-besaran

⁸⁰ Wawancara dengan sales OPPO (BG), 13 April 2021

terkait penjualan produk OPPO misalnya mitra mengiklankan membeli 1 unit OPPO dapat gratis speaker senilai 100 ribu. Promo biasanya dilakukan oleh pihak OPPO, biasanya untuk unit produk yang memiliki harga yang tinggi seperti seri OPPO reno. OPPO memberikan promo di awal launching seri reno secara pre order dengan mendapatkan 1 unit kotak gift yang berisi headset bluetooth, ring, dan standing holder.

Selama ini kerja sama OPPO dengan mitra berjalan dengan baik, walaupun terdapat kendala dalam pengalokasian barang pada mitra sebagai *dealer* dan penjualan berkurang karena pandemi covid sekarang.

B. Analisis Data

1. Penerapan Akad Kerja Sama Smartphone OPPO dengan Mitra di Kabupaten Gunung Mas

a. Penandatanganan Kontrak

Hasil observasi yang dilakukan peneliti sejak bulan April 2021 di Kuala Kurun dan wawancara secara langsung yang dilakukan kepada mitra OPPO serta dokumen kontrak kerja sama kedua belah pihak yang melengkapi bahan penelitian. Berdasarkan temuan dari kontrak kerja sama kedua belah pihak antara pihak OPPO dan mitra *dealer* bahwa mitra harus memiliki toko yang sudah resmi terdaftar oleh pihak OPPO dan sudah mengisi formulir pendaftaran (*New Costumer Registration Form*). Jika pihak mitra melakukan penjualan

secara *online* wajib juga melakukan pengisian formulir pendaftaran *dealer online (OPPO Online Dealer Registration Form)*.⁸¹ Adapun syarat-syarat menjadi mitra OPPO sesuai dengan hasil wawancara sales OPPO adalah memiliki toko *counter* dan memesan (*order*) barang secara rutin dari OPPO.⁸² Penandatanganan kontrak perjanjian kerja sama dilakukan setelah mitra sudah mendaftar dan mengisi formulir tersebut. Kontrak kerja sama diberikan di awal tahun kerja sama saja, tidak diberikan lagi pada tahun-tahun berikutnya.

Perjanjian kontrak penjualan OPPO merupakan komitmen antara kedua belah pihak. Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.⁸³ Perjanjian kontrak OPPO berupa tulisan sebagai pedoman antara pihak OPPO dan mitra. Isi dari pasal perjanjian mengulas peraturan-peraturan tata tertib yang dijadikan pegangan dalam penerapan kebijakan ketetapan harga atau standar harga jual (*standar retail price*) oleh OPPO.

Pihak OPPO akan memberikan dukungan (*support*) untuk meningkatkan penjualan dengan meminjamkan media promosi/reklame misalnya seperti etalase, neon box, spanduk, banner, leaflet,

⁸¹ Dokumen Perjanjian Dealer Resmi OPPO, Pasal 2, No. 1.

⁸² Wawancara dengan sales OPPO (BG), 13 April 2021.

⁸³ Titik Triwulan Tutik, *Hukum Perdata Dalam Sistem Hukum Nasional*, Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group, 2008, h. 221.

brosur serta promotor untuk mendukung dan membantu meningkatkan penjualan di toko pihak mitra.⁸⁴

Dukungan (support) OPPO juga diberikan sesuai dengan target sehingga mitra tidak dengan leluasa dan tidak bebas memilih mendapatkan fasilitas tersebut.⁸⁵ Dukungan dari pihak OPPO terkait neon box, meja etalase dll juga sesuai dengan target yang diperoleh dari penjualan unit produk OPPO tersebut”.⁸⁶ Dukungan atau support tersebut juga dengan cara memberikan promotor, branding toko dengan merk OPPO, mengalokasikan barang pada dealer agar barang tidak kosong karena hal ketersediaan barang juga mempengaruhi penjualan. OPPO tidak secara langsung mendapatkan resiko kerugian dari akad kerja sama ini, tidak ada pengumpulan modal diantara kedua belah pihak tetapi OPPO meminjamkan fasilitas contohnya meja etalase yang diperkirakan seharga 5 juta rupiah dan menunjang penjualan dengan memberikan karyawan promotor untuk membantu mitra di toko tanpa harus mengeluarkan uang untuk gaji. Mitra secara cuma-cuma memperkerjakan promotor dengan gaji yang ditanggung oleh pihak OPPO jadi fasilitas di sini bisa jadi resiko atau pun modal pihak OPPO dalam perjanjian kerja sama ini.

OPPO memberikan target di setiap mitra toko yang bekerja sama misalnya 1 bulan minimal 30 unit barang terjual dari toko

⁸⁴ Dokumen Perjanjian Dealer Resmi OPPO, Pasal 4.

⁸⁵ Wawancara dengan mitra OPPO (MS), 17 April 2021.

⁸⁶ Wawancara dengan mitra OPPO (DY), 24 April 2021.

tersebut, semakin banyak barang terjual maka fasilitas dan dukungan OPPO juga akan banyak sesuai dengan peroleh penjualan toko mitra. Fasilitas tersebut status hanya dipinjamkan jadi mitra diharapkan bisa merawat dan menjaga fasilitas tersebut.

b. Pemesanan Barang

Setelah pihak mitra melakukan penandatanganan perjanjian kerja sama penjualan *smartphone* OPPO. Pihak OPPO akan mengirimkan barang setelah mitra sudah mengirimkan pembayaran untuk setiap pemesanan barang melalui bank resmi milik pihak OPPO yang wajib disertai dengan bukti pembayaran yang ditunjukkan kepada *sales* OPPO. Pihak OPPO akan mengirimkan barang menggunakan jasa pengiriman resmi dengan ongkos kirim yang sudah ditanggung oleh pihak OPPO. Hal ini sangat menguntungkan dan memudahkan bagi mitra dalam hal pemesanan barang dibandingkan apabila mitra harus memesan sendiri ke mitra dealer lain. Pihak OPPO akan menanggung segala biaya dan kerugian jika tidak sesuai dengan ketentuan yang dikeluarkan pihak OPPO terkait pemesanan, pembayaran dan pengiriman yang sudah dibuat oleh pihak OPPO.⁸⁷

Pembelian *smartphone* OPPO memang berbeda dengan pembelian *handphone* sebelum OPPO datang menawarkan produknya. Jika dulu pembelian *handphone* melalui distributor besar, mitra biasanya memesan produk lalu pembayaran bisa di berikan

⁸⁷ Dokumen Perjanjian Dealer Resmi OPPO, Pasal 3.

tempo misalnya 2 minggu terkadang sampai 1 bulan jadi tidak menggunakan pembayaran tunai (*cash*). Saat membeli pada distributor besar, mitra juga tidak perlu melakukan penandatanganan kontrak kerja sama hanya berdasarkan saling percaya.

Awal kerja sama dengan pihak OPPO kurang meyakinkan bagi mitra karena uang sudah ditransfer untuk membeli barang tetapi khawatir barangnya tidak dikirim.⁸⁸ Pihak OPPO juga tidak memberikan opsi lain terkait pembayaran setiap membeli maupun memesan produk OPPO. OPPO hanya menerima pembayaran secara cash (tunai) jadi dalam kerja sama tidak ada pembagian atau *sharing* modal.

Pemesanan dalam arti umum adalah perjanjian pemesanan tempat antara 2 (dua) pihak atau lebih, perjanjian pemesanan tempat tersebut dapat berupa perjanjian atas pemesanan suatu ruangan, kamar, tempat duduk dan lainnya, pada waktu tertentu dan disertai dengan produk jasanya. Produk jasa yang dimaksud adalah jasa yang ditawarkan pada perjanjian pemesanan tempat tersebut, seperti pada perusahaan penerbangan atau perusahaan pelayaran adalah perpindahan manusia atau benda dari satu titik (kota) ke titik (kota) lainnya.⁸⁹ Pemesanan adalah keseluruhan proses kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan inventory atau persediaan tempat

⁸⁸ Wawancara dengan mitra OPPO (DY), 24 April 2021.

⁸⁹ Edwin and Chris, *Marketing Communication, Contexts, Contents and Strategies, Prectice Hall*, Singapore, 1999, h. 199.

pendistribusian produk dan catatan keseluruhan transaksi pemesanan tempat baik untuk penumpang maupun barang (cargo).⁹⁰

Pemesanan pada OPPO ini merupakan bentuk pelayanan pengelolaan penjualan OPPO. Menyediakan dan mendistribusikan produk OPPO menggunakan jasa pengiriman yang resmi dan terpercaya agar mengurangi resiko yang terjadi saat pengiriman barang, memastikan produk tersebut tidak rusak dan cacat sampai pada tangan mitra. Jasa pengiriman yang bekerja sama dengan OPPO juga dilindungi oleh asuransi jasa pengiriman barang sehingga jika terjadi sesuatu dengan tersebut mitra maupun pihak OPPO tidak menanggung banyak kerugian.

c. Penetapan dan Perubahan Harga

Dalam aktivitas penjualan produk-produk OPPO yang disingkat dengan OPSA (*OPPO Product Selling Activities*), OPPO mengeluarkan harga resmi untuk di jual kepada pengguna (*user*) sehingga mitra dealer harus mengikuti harga atau disebut juga dengan *Standard Retail Price (SRP)* yang sudah ditetapkan oleh OPPO sesuai dengan tipe smartphone tersebut. Sales juga langsung menginfokan melalui pesan *whatsapp* kepada mitra setelah dapat info perubahan harga dari pusat.⁹¹

⁹⁰Agus Ahyari, *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*, Edisi keempat, Yogyakarta: BPFE, 1999, h. 231.

⁹¹ Wawancara dengan sales OPPO (BG), 13 April 2021.

Mitra juga sangat setuju penetapan harga karena adanya keseragaman harga di seluruh toko mitra dan tidak menjadi masalah bagi mitra. Dari sharing atau pembagian laba yang ditawarkan OPPO juga sangat menguntungkan, harga dari OPPO juga bisa bersaing kompetitif dengan smartphone merk lain.

Jika dalam pasaran setiap mitra melakukan penjualan yang sesuai dengan ketentuan harga OPPO maka pemasarannya akan sehat dan adil tetapi kenyataannya banyak beberapa dari mitra tidak disiplin dan memainkan harga, kebanyakan dari mitra menurunkan harga di bawah standar OPPO, hal inilah yang menyebabkan pihak mitra lain merasa dirugikan. Mitra tersebut sengaja menurunkan harga agar pembeli ramai datang membeli produk OPPO sehingga mitra yang sudah disiplin mengikuti ketentuan harga OPPO mengeluhkan permainan para oknum mitra tersebut.

Kebijakan *price protection* (perlindungan harga) merupakan tindakan yang diambil untuk melindungi harga dengan cara OPPO memberikan kompensasi atas kerugian yang timbul akibat perubahan harga. Perubahan harga terjadi ditentukan sesuai dengan waktu yang dikeluarkan pihak OPPO. Mengembalikan sejumlah uang (*cashback*) atas pembelian suatu barang berdasarkan syarat dan ketentuan tertentu karena adanya perubahan harga.⁹²

⁹² *Ibid*, Pasal 2, No. 2.

Dalam kenyataannya mitra juga berbeda pendapat terkait perubahan harga mendadak yang diberlakukan OPPO. Ada mitra yang merasa tidak menjadi masalah jika perubahan harga diberlakukan karena mereka menganggap OPPO akan mengganti rugi terkait perubahan harga tersebut dengan cara pengembalian dana (*refund*). Mitra yang merasa sedikit masalah jika perubahan tersebut diberlakukan secara mendadak karena tidak adanya info terlebih dahulu pada mitra. Ini juga merugikan karena keuntungan yang didapatkan menunggu pengembalian dana (*refund*) dari OPPO. Pihak OPPO yang bertanggung jawab di setiap daerah juga dituntut untuk disiplin dalam menetapkan harga karena ada beberapa kasus di lapangan pihak OPPO hanya mendengarkan keluhan dari mitra tidak ada sanksi tegas agar oknum mitra tersebut jera.

Ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga, yakni faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Faktor internal perusahaan mencakup tujuan pemasaran perusahaan, strategi pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor lingkungan eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan unsur-unsur lingkungan lainnya.⁹³

Beberapa tujuan penetapan harga yaitu bertujuan pada laba, bertujuan pada *volume* atau target penjualan, bertujuan pada citra atau

⁹³ Kotler, Philip and Armstrong, Gary. *Principles of Marketing* 7th. Ed. New York: Prentice-Hall Inc, 1996, h. 341.

image perusahaan, bertujuan pada stabilitas harga, dan tujuan lainnya. Tujuan penetapan harga OPPO tidak terlepas dari tujuan umum tersebut. Menetapkan harga agar OPPO memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba.

Harga produk OPPO ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar maka OPPO memberikan target penjualan pada karyawannya maupun pada mitra yang bekerja sama, penetapan harga pada OPPO secara serentak juga membangun image merk OPPO murah yang dapat dijangkau semua kalangan, dalam hal ini sasaran produk OPPO dikalangan menengah ke bawah sehingga membangun persepsi tertentu pada merk OPPO di kalangan masyarakat. OPPO lahir dengan membangun image perusahaannya, ini terlihat dari gencarnya pihak OPPO mengiklankan produk-produknya, memberikan promo gift saat launching brand baru sehingga mempertahankan loyalitas pelanggan.

Pasar handphone sekarang sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Hal ini menjadikan OPPO sebagai pioneer pertama dalam penetapan harga retail kepada pengguna (user), kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga penjualan OPPO. Tujuan stabilisasi dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan harga yang

stabil dan memudahkan perubahan harga OPPO di pasaran sehingga mencegah pesaing brand lain masuk dalam pangsa pasar smartphone.

d. Pengembalian Dana (*refund*)

Jika terjadi harga penjualan produk OPPO secara *retail* menurun untuk seluruh barang smartphone OPPO yang sudah berada pada mitra maka pihak OPPO akan memberikan pengembalian dana (*refund*) dihitung pada tanggal data harga terbaru yang dikeluarkan oleh OPPO. Pengembalian dana atau uang kembali akan di kirim pada nomor rekening mitra *dealer* resmi yang sudah ditandatangani dan terdaftar pada pihak OPPO. Pengembalian dana (*refund*) melalui transfer langsung dari admin rekening resmi OPPO pusat pada rekening mitra dihitung sejak 14 hari setelah ada perubahan harga.⁹⁴

Kebijakan *refund* bisa dikatakan juga sebagai ganti rugi dari OPPO akibat perubahan harga tersebut.⁹⁵ Sistem *refund* yang diberlakukan oleh OPPO juga didukung oleh mitra akan tetapi terkait waktu pengembalian dana juga menjadi masalah untuk beberapa mitra yang lain. OPPO terkesan mengulur waktu untuk proses pengembalian dana *refund* kepada mitra sehingga ada mitra yang merasa keberatan jika proses *refund* terlalu lama.

Sistem *Refund* pada OPPO juga perlu diperbaiki agar mitra tidak merasa dirugikan, karena *refund* merupakan bentuk tanggung

⁹⁴ Wawancara dengan sales OPPO (BM), 13 April 2021.

⁹⁵ *Ibid*, Pasal 2, No. 2.

jawab dari OPPO atas pemberlakuan penetapan harga. OPPO harus terus mengevaluasi kebijakan *refund* dari berbagai aspek misalnya terkait waktu refund dan pemberitahuan info *refund* yang terkesan mendadak meskipun jumlah refund tidak terlalu banyak hanya sekitar 5 % dari harga jual retail tetapi jika stok barang mitra banyak juga mempengaruhi penjualan di toko mitra tersebut karena yang seharusnya uangnya dijadikan modal untuk memesan kembali barang harus tertahan menunggu *refund* dari OPPO.

Refund adalah dikembalikannya uang pembayaran atau dana yang telah dilakukan oleh konsumen untuk membeli suatu produk. Produk yang dimaksud dapat berupa barang dan atau jasa. *Refund* di sini bisa dikatakan hak perlindungan terhadap konsumen. *Refund* pada OPPO merupakan hak bagi mitra karena kebijakan OPPO dalam perubahan harga tersebut, perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.⁹⁶ sedangkan yang dimaksud konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁹⁷

⁹⁶ Pasal 1 angka (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

⁹⁷ Burhanuddin S, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Malang: UIN Maliki Press, 2011, h. 01.

e. Pengawasan

Pengawasan OPPO terkait dengan pelarangan melakukan penjualan di bawah harga atau tidak sesuai dengan SRP yang dikeluarkan OPPO, tidak memberikan potongan harga maupun hadiah (*gift*) diluar promo yang diadakan oleh OPPO.⁹⁸ Selanjutnya pengawasan harga kurang transparan di setiap daerah karena ada perbedaan harga yang terkadang masih ditemukan tidak sesuai dengan standar harga SRP karena ada beberapa mitra yang lain menjual dibawah harga atau menurunkan harga yang ditentukan oleh pihak OPPO.⁹⁹

Pengawasan harga ini sesuai dengan kebijakan yang dikeluarkan dari oppo, pengawasan ini menjadi kekhawatiran sendiri bagi mitra yang melakukan permainan sedangkan mitra mengikuti standar OPPO tidak merasakan kecemasan tersebut. Jika mitra tidak mengikuti maka OPPO akan memberikan sanksi tegas yaitu berupa surat teguran sampai pemutusan kontrak kerja dan penarikan fasilitas yang sudah dipinjamkan pada mitra.

Penjualan kembali oleh mitra dealer kepada pihak ketiga juga harus sepengetahuan dan pengawasan oleh sales oppo di area tersebut, harga yang diberikan pada reseller pihak ketiga harus di jual lagi dengan harga normal sesuai dengan ketentuan pihak OPPO secara

⁹⁸ Dokumen Perjanjian Dealer Resmi OPPO, Pasal 2.

⁹⁹ Wawancara dengan mitra OPPO (HZ), 20 April 2021.

nasional. Sanksi bisa diberikan oleh pihak OPPO pusat jika menyebabkan harga tidak normal, misalnya harga dinaikkan atau diturunkan tidak sesuai dengan ketentuan standar harga ecer OPPO (Standar Retail Price). Kebanyakan dilapangan mitra dealer menurunkan harga di bawah standar OPPO sampai di bawah harga modal OPPO, penurunan harga boleh dilakukan sampai batas harga modal jika reseller pihak ketiga ingin menjual kembali dan pengambilan barang secara partai atau banyak tetapi tidak diperbolehkan diturunkan lebih dari harga modal.¹⁰⁰

Pihak mitra juga tidak diperbolehkan memberikan bonus saat menjual produk OPPO misalnya memberikan tambahan kartu memori, headset, atau barang yang lain ataupun membuat promo besar-besaran terkait penjualan produk OPPO misalnya mitra mengiklankan membeli 1 unit OPPO dapat gratis speaker senilai 100 ribu. Promo biasanya dilakukan oleh pihak OPPO, biasanya untuk unit produk yang memiliki harga yang tinggi seperti seri OPPO reno. OPPO memberikan promo di awal launching seri reno secara pre order dengan mendapatkan 1 unit kotak gift yang berisi headset bluetooth, ring, dan standing holder.¹⁰¹

Pengawasan didefinisikan sebagai proses untuk menjamin bahwa tujuan-tujuan organisasi dan manajemen tercapai. Ini

¹⁰⁰ Wawancara dengan sales OPPO (BG), 13 April 2021.

¹⁰¹ *Ibid*

berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan-kegiatan sesuai yang direncanakan.¹⁰² Pengawasan dalam arti lain adalah proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standar, apa yang sedang dilakukan, yaitu menilai pelaksanaan dan bila perlu melakukan perbaikan-perbaikan sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana yaitu selaras dengan standar.¹⁰³

Pengawasan pada OPPO ini bertujuan agar stabilitas harga tetap berjalan dan tidak merugikan kedua belah pihak. Dalam penerapannya OPPO masih belum maksimal dalam mengawasi harga. Kebijakan mengawasi harga memang OPPO yang mengawasi hal tersebut dalam pasaran sehingga wajar memang banyak hal yang perlu di evaluasi terkait pengaplikasian nya dalam proses kerja sama tersebut.

2. Pandangan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Akad Kerja Sama Smartphone OPPO Dengan Mitra

a. Perjanjian

Kerja sama dapat diartikan melakukan kegiatan bersama untuk mencapai tujuan bersama dan membuat kesepakatan agar tujuan tersebut tercapai. Dalam praktek kerja sama pada umumnya tidak terlepas dari keuntungan (*profit*) dan pembagian kerugian (*loss sharing*). Pembagian keuntungan tidak terlepas dari perjanjian

¹⁰² Handoko, T. Hani, *Manajemen Personalia Dan Sumberdaya Manusia*, Yogyakarta: FE UGM, 2000, h. 97

¹⁰³ Melayu P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengertian Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung, 2001, h.110

kesepakatan sejak awal antara pemilik modal dan pihak yang melakukan usaha tersebut.

Penerapan kerja sama dengan pihak OPPO berupa penyediaan barang atau produk OPPO dan membagi keuntungan (*profit sharing*) tidak mencakup masalah kerugian yang ditimbulkan dari kerja sama tersebut. Pihak OPPO hanya menjual barang (smartphone) dengan pembayaran tunai pada mitra dengan ketentuan yang sudah disepakati dalam perjanjian kerja sama kedua belah pihak. OPPO memberikan dukungan atau support terhadap mitra bukan dalam bentuk modal atau uang tetapi dalam hal pemasaran seperti branding toko (spanduk, neon box, banner, dll) dan promotor yang membantu meningkatkan penjualan di toko mitra.

Pihak OPPO menjual barang dengan harga asal (harga modal) dan menginformasikan pada mitra daftar harga beli dan harga jual kepada pengguna (*user*). Info dari sales OPPO tersebut juga berupa keuntungan yang didapatkan oleh mitra di setiap penjualan unit smartphone OPPO. Pihak OPPO akan mengirim dan menyerahkan barang setelah mitra sudah melakukan pembelian dan pembayaran pada rekening resmi OPPO.¹⁰⁴ Merujuk pada hal tersebut, penerapan akad kerja sama antara *smartphone* OPPO dengan mitra (*dealer*) termasuk *tijarah* (perdagangan).

¹⁰⁴ Dokumen Perjanjian Dealer Resmi OPPO, Pasal 3.

Tijarah atau dagang menurut istilah fiqh adalah mengolah harta benda dengan cara tukar menukar untuk mendapatkan laba (keuntungan) dengan disertai niat berdagang. Yang dinamakan harta dagangan (*tijarah*) adalah harta yang dimiliki dengan akad tukar dengan tujuan untuk memperoleh laba dan harta yang dimilikinya harus merupakan hasil usahanya sendiri.

Konsep *tijarah* tidak dapat dilepaskan dari konsep muamalah dalam Islam. Hal ini dipahami dari beberapa definisi tersebut sebelumnya, yang bermakna usaha mengelola harta untuk memperoleh laba dan keuntungan. Keberlakuan konsep *tijarah* atau perniagaan dalam Islam dibolehkan, ditetapkan kebolehannya berdasarkan pertimbangan kemaslahatan. Dapat dibayangkan jika *tijarah* (perniagaan) dilarang, kerja sama antar sesama masyarakat tidak akan terjalin, tidak ada interaksi sosial dan sebagainya. Oleh karena itu, sisi maslahat adalah pertimbangan awal kebolehan *tijarah*.

Hal ini bisa dikatakan bahwa kerja sama yang dilakukan oleh smartphone OPPO dan mitra tidak lepas dari jual beli. Pihak OPPO menjual produknya sedangkan mitra membeli produk tersebut dengan memperoleh keuntungan yang sudah diketahui. Kedua pihak melakukan perdagangan untuk memperoleh laba. Jika hubungan tersebut mendapatkan kemaslahatan untuk kedua pihak serta tidak ada unsur kerugian di dalamnya seperti riba, gharar, penipuan, dll maka kerja sama perdagangan tersebut diperbolehkan.

Imam Baihaqi dalam Sunan al-Kubra membuat satu sub judul tersendiri tentang kebolehan akad tijārah, yakni “Bab Kebolehan Tijārah”. Praktik tijārah merupakan salah satu cara mencari rizki yang Allah Swt., legalkan dan dihalalkan.¹⁰⁵ Dalil yang secara tegas menyebutkan akad tijārah mengacu pada ketentuan QS. An-Nisā’ ayat 29 sebagai berikut.

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

Artinya:

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."

Dalam ayat ini dijelaskan, bahwa dalam proses transaksi perdagangan mensyaratkan: pertama, dilarang memakan harta yang diperoleh secara batil, secara lebih khusus ath-Thabari memberikan penjelasan bahwa yang dimaksud dengan harta yang diperoleh secara batil adalah harta yang didapatkan melalui riba dan perjudian. Ath-

¹⁰⁵ Alī al-Baihaqī, Sunan al-Kubrā, Juz 5, (Bairut: Dār al-Kutb al-‘Ilmiyyah, 2003), h. 432.

Thabari (jil. VIII: 216); dan kedua, harus dilandasi atas kondisi suka sama suka, tidak ada paksaan, baik antara penjual maupun pembeli. Jika diteruskan dalam ayat selanjutnya, yakni yang tercatat dalam ayat 30, maka akan dapat dipahami ada syarat ketiga untuk menjalankan perdagangan yang baik, yakni tidak adanya pelanggaran hak dan perbuatan aniaya diantara pelaku perniagaan.¹⁰⁶

Perniagaan ataupun kerja sama yang dilakukan oleh pihak OPPO dan mitra jika dilihat dari kontrak kerja samanya tidak ada yang menimbulkan kerugian, dalam kontrak kerja sama perjanjian menuliskan tentang hak dan kewajiban apa saja yang dimiliki OPPO dan mitra akan tetapi jika dilihat dari penerapan praktek kerja sama dilapangan ada beberapa hal yang menimbulkan sedikit kerugian untuk pihak mitra misalnya seperti penetapan dan perubahan harga yang menimbulkan permainan harga oleh mitra tertentu, tidak ada pengawasan dari OPPO untuk mengatasi permainan harga tersebut serta pengembalian dana (*refund*) yang tidak diketahui batas waktunya. Hal tersebut sedikit banyak juga mengganggu dan menimbulkan kerugian pada pihak mitra.

Penerapan kerja sama dalam hal pembelian barang dari mitra kepada pihak OPPO merupakan akad jual beli atau bisa dikatakan *murabahah*. Menurut Syafi'i Antonio, secara istilah *murabahah* adalah jual beli barang dengan harga asal dengan tambahan harga keuntungan

¹⁰⁶ Achmad Lutfi, *Penafsiran ayat-ayat ekonomi dalam Al Qur'an (Mengungkap makna ba'i dan tijarah dalam Al Qur'an)*, Jurnal, Holistik, 2011, vol. 12 no. 02, h. 81.

yang disepakati.¹⁰⁷ Penjual harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan tingkat keuntungan sebagai tambahan. Sah atau tidaknya akad *murabahah* dapat dilihat dari rukun dan syaratnya. Adapun rukun akad *murabahah* diantaranya:¹⁰⁸

a. Rukun Akad *Murabahah*:

- 1) Pembeli yaitu badan atau lembaga atau orang memiliki niat untuk membeli barang, pembeli harus memahami hukum jual beli dan dewasa (bisa membedakan baik dan buruk). Dalam hal ini pembeli adalah mitra dealer yang sudah melakukan perjanjian kerja sama dan memahami ketentuan jual beli yang sudah disepakati kedua belah pihak.
- 2) Penjual yaitu pihak yang memiliki barang (objek) yang akan dijual, barang milik penjual, dan memiliki kekuatan hukum. Penjual di sini adalah pihak OPPO yang menjual produk *smartphone* sebagai pihak pertama. Sebelum jual beli barang tersebut, mitra sebagai pihak kedua sudah menandatangani perjanjian penjualan *smartphone* OPPO. Dalam perjanjian itu, ada beberapa pasal dan ketentuan yang sudah tertulis dan di bubuhi tandatangan yang di sepakati kedua belah pihak.
- 3) Objek yaitu barang yang akan diperjualbelikan, objek yang dimiliki oleh penjual harus halal, jelas, dapat dimanfaatkan,

¹⁰⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 101.

¹⁰⁸ Ikit, Artiyanto, M. Saleh, *Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Gava Media, 2018, h. 168.

dan ditempat, dan dapat diserahkan pada saat akad berlangsung. Objek di sini adalah barang smartphone OPPO yang sudah diketahui spesifikasi dan modelnya, sales OPPO sudah memberikan contoh barang dan penjelasan spesifikasinya sebelum mitra melakukan pembelian.

4) Harga dan keuntungan yaitu harga barang yang dijual berasal dari harga perolehan ditambah dengan keuntungan yang disepakati. Daftar (*list*) harga barang sudah di tentukan oleh pihak OPPO jadi, mitra sudah mengetahui berapa keuntungan yang mereka dapatkan.

5) *Ijab qobul* yaitu pernyataan serah terima harus dihadiri oleh kedua belah pihak. Barang dikirim sehari setelah pemesanan dan pembelian barang menggunakan jasa pengiriman resmi yang ditunjuk oleh pihak OPPO.¹⁰⁹ Penyerahan barang dilakukan oleh sales OPPO langsung ketangan mitra.

b. Syarat *murabahah* diantaranya adalah

1) Penjual memberitahu biaya dengan rukun yang ditetapkan nasabah.

2) Kontrak pertama harus syah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.

3) Kontrak harus bebas dari riba dan gharar.

¹⁰⁹ Dokumen Perjanjian Dealer Resmi OPPO, Pasal 3.

- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian.

b. Proses Akad

Kerja sama antara OPPO dan mitra juga menggunakan akad *salam* dilihat dari cara pemesanan barang. Akad *salam* ini ditunjukkan saat mitra memesan barang terlebih dahulu melalui *sales* OPPO dengan pembayaran di muka lalu penyerahan barang dikirimkan oleh pihak OPPO biasanya satu hari (24 jam) setelah pembayaran dikirimkan mitra melalui rekening resmi OPPO.

Dalam makna lain *salam* merupakan bentuk jual beli dengan pembayaran di muka dan penyerahan barang di kemudian hari (*advance payment* atau *forward buying* atau *future sales*) dengan harga, spesifikasi, jumlah, kualitas, tanggal atau tempat penyerahan yang jelas, serta disepakati sebelumnya dalam perjanjian.¹¹⁰ Prof. Dr. Wahbah Zuhaili menjelaskan akad *salam* merupakan jual beli barang dengan menyebutkan sifat-sifat tertentu dalam tanggungan atau penjualan barang yang ditangguhkan dengan pembayaran secara tunai. Akad ini dinamakan *salam* karena pembayaran harga dilakukan di majelis akad dan dinamakan *salaf* karena harga dibayar di muka.¹¹¹

¹¹⁰ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012, h. 90.

¹¹¹ Ikit, Artiyanto, M. Saleh, *Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Gava Media, 2018, h. 168.

Imam Syafi'i berkata dari Ibnu Abbas *radhiyallahu anhuma* bahwasanya ia berkata, "Saya bersaksi bahwa *salaf (salam)* yang dijamin hingga suatu waktu yang ditentukan itu telah dihalalkan dan diizinkan Allah dalam kitab-Nya, Al-Qur'an."¹¹² Nabi Saw. tiba di Madinah ketika mereka melakukan *salaf* dalam buah-buahan dengan batas waktu sampai satu dan dua tahun. Beliau pun bersabda, ".¹¹³ Barang siapa melakukan *salaf* maka hendaklah dia melakukannya dengan takaran tertentu, dan batas waktu tertentu." Ibnu Mundzir berkata, "Semua ahli ilmu yang kami menghafal dari mereka menyepakati bahwa *salam* dibolehkan."¹¹⁴

Pihak mitra akan melakukan penandatanganan perjanjian kerja sama penjualan *smartphone* OPPO. Pihak OPPO akan mengirimkan barang setelah mitra sudah mengirimkan pembayaran untuk setiap pemesanan barang melalui bank resmi milik pihak OPPO yang wajib disertai dengan bukti pembayaran yang ditunjukkan kepada *sales* OPPO. Pihak OPPO akan mengirimkan barang menggunakan jasa pengiriman resmi dengan ongkos kirim yang sudah ditanggung oleh pihak OPPO. Pihak mitra akan menanggung segala biaya dan kerugian jika tidak sesuai dengan ketentuan yang dikeluarkan pihak OPPO

¹¹² Imam Syafi'i Abu Abdullah Muhammad bin Idris, *Ringkasan Kitab Al Umm*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2012, h. 80.

¹¹³ Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*: Jilid 5, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2010, Cet. II h. 98.

¹¹⁴ *Ibid*, h. 98

terkait pemesanan, pembayaran dan pengiriman yang sudah dibuat oleh pihak OPPO.¹¹⁵

Syarat barang yang dijadikan akad *salam* memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang.
- b. Harus dapat dijelaskan spesifikasinya.
- c. Penyerahan dilakukan kemudian.
- d. Waktu dan penyerahan barang harus ditetapkan berdasarkan kesepakatan.
- e. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya
- f. Tidak boleh menukar barang, kecuali dengan barang sejenis sesuai dengan kesepakatan.¹¹⁶

Modal dan pembayaran dalam akad *salam* memiliki syarat yang harus dipenuhi.

1. Modal harus diketahui, barang yang akan disuplay harus diketahui jenis, kualitas, dan jumlahnya.
2. Penerimaan pembayaran *salam*, kebanyakan ulama mengharuskan pembayaran *salam* dilakukan ditempat kontrak.
3. Alat bayar harus diketahui jumlah dan bentuknya, baik berupa uang, barang, atau manfaat.
4. Pembayaran harus dilakukan pada saat kontrak disepakati.

¹¹⁵ Dokumen Perjanjian Dealer Resmi OPPO, Pasal 3.

¹¹⁶ Ikit, Artiyanto, M. Saleh, *Jual Beli...*, h. 170.

5. Pembayaran tidak boleh dalam bentuk pembebasan hutang.¹¹⁷

Serah terima barang dalam fatwa DSN MUI No.05/DSN-MUI/IV/2000 menjelaskan diantaranya:

- a. Penjual harus menyerahkan barang tepat pada waktunya dengan kualitas dan jumlah yang telah disepakati.
- b. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih tinggi, penjual tidak boleh meminta tambahan harga.
- c. Jika penjual menyerahkan barang dengan kualitas yang lebih rendah, dan pembeli rela menerimanya, maka ia tidak boleh menuntut pengurangan harga (*diskon*).
- d. Penjual dapat menyerahkan barang lebih cepat dari waktu yang disepakati dengan syarat kualitas dan jumlah barang sesuai kesepakatan, dan ia tidak boleh menuntut tambahan harga
- e. Jika semua atau sebagian barang tidak tersedia pada waktu penyerahan, atau kualitasnya lebih rendah dan pembeli tidak rela menerimanya, maka ia memiliki dua pilihan:
 - 1) Membatalkan kontrak dan meminta kembali uangnya.
 - 2) Menunggu sampai barang tersedia.

Dalam kerja sama ini juga memenuhi kriteria syarat barang yang menjadi objek akad *salam* dalam hal ini yaitu handphone/smartphone. Sebelum dipesan sales OPPO sudah memberikan contoh barang (*dummy*) untuk diperlihatkan kepada

¹¹⁷ *Ibid*, h. 171

mitra dan menjelaskan spesifikasinya misalnya terkait RAM, internal, *processor* yang dipakai smartphone tersebut, tidak dijual pada konsumen oleh mitra sebelum barang tersebut sampai di toko, dan tidak ada penukaran barang dari pihak OPPO terkait model, harga, dll kecuali ada kesalahan pabrik atau kerusakan pada barang tersebut.

Pembayaran pada pihak OPPO juga sesuai dengan ketentuan akad *salam* yaitu dalam bentuk uang tunai sehingga tidak menjadi hutang dikemudian hari, harga barang (modal) setiap unit *smartphone* juga sudah ditentukan pihak OPPO dengan memberikan info kepada mitra dengan daftar (list) harga barang, hal ini juga mencegah praktik riba melalui mekanisme *salam*.¹¹⁸

Serah terima barang (*ijab kabul*) juga tidak ada penambahan atau pengurangan biaya karena sudah menjadi komitmen dalam kontrak kerja sama dari OPPO bahwa ongkos kirim ditanggung oleh pihak mereka. Penyerahan barang dilakukan di tempat mitra sesuai dengan kesepakatan yang sudah disetujui bersama.

Fasilitas berupa promotor, etalase, neon box, spanduk, banner, brosur dll merupakan wujud dukungan (*support*) dan kewajiban yang diberikan oleh OPPO untuk meningkatkan dan membantu penjualan di toko mitra, hal ini juga dinyatakan dalam dokumen perjanjian kerja sama.

¹¹⁸ Ikit, Artiyanto, M. Saleh, *Jual Beli...*, h. 172.

Landasan syariah akad *salam* juga diperbolehkan karena sesuai dengan kaidah-kaidah syariah. Didalamnya tidak ada pertentangan dengan *qiyas*.¹¹⁹ Sebagaimana boleh menanggukhan penukar dalam jual beli, boleh pula menanggukhan barang yang dijual dalam *salam*, tanpa ada perbedaan di antara keduanya. Ini juga selaras dengan firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 282 yang artinya “*hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya dengan benar...*”.

Ibnu Abbas meriwayatkan bahwa Rasulullah Saw. datang ke Madinah di mana penduduknya melakukan *salam* (pemesanan) dalam buah-buahan (untuk jangka waktu) satu, dua, dan tiga tahun. Beliau berkata, “*Barang siapa yang melakukan salaf (salam), hendaknya ia melakukan dengan takaran yang jelas, dan timbangan yang jelas pula, untuk jangka waktu yang diketahui.*”

c. Pengawasan

OPPO mengeluarkan kebijakan berupa penetapan harga barang atau disebut juga *Standar Retail Price* (SRP). SRP ini harus diikuti oleh mitra dealer yang bekerja sama dengan OPPO, ini bertujuan agar harga OPPO di pasaran sama secara nasional dan stabil dalam penjualan jadi, mitra juga sudah mengetahui berapa

¹¹⁹ Sayyid Sabiq, *Fiqih Sunnah*: Jilid 5, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2010, Cet. II h. 98.

persen keuntungan yang didapatkan setiap penjualan unit smartphone. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan MS selaku mitra OPPO bahwa “ketetapan harga yang diberikan sangat setuju karena adanya keseragaman harga diseluruh toko mitra. Dari sharing laba yang ditawarkan OPPO juga sangat menguntungkan”.

Dalam ekonomi Islam terbentuknya harga keseimbangan pasar (*equilibrium price*) mempertimbangkan beberapa hal:

1. Bentuk pasar di dalam ekonomi Islam yang ideal adalah pasar persaingan sempurna. Pasar persaingan sempurna ialah kondisi pasar yang kompetitif dan terbuka mendorong segala sesuatunya menjadi sehat dan adil, suka sama suka.
2. Dilarang melakukan ikhtar. Ikhtar adalah mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi.

Nilai konsep Islam tidak membolehkan intervensi dari siapapun dalam penetapan harga hanya kecuali dalam keadaan darurat saja. Darurat disini diartikan bahwa peranan pemerintah akan ditekan seminimal mungkin. Akan tetapi, intervensi pemerintah sebagai pelaku pasar diperbolehkan jika pasar sedang tidak dalam keadaan sempurna.

Penetapan harga dalam Islam *tas'ir* yang artinya penetapan harga barang-barang yang hendak dijualbelikan tanpa mendhalimi pemilik dan tanpa memberatkan pembeli.

a. Larangan untuk menetapkan harga

Anas ra. meriwayatkan bahwa para sahabat pernah berkata, “Wahai Rasulullah, harga-harga mahal. Oleh karena itu, tetapkanlah harga bagi kami.” Rasulullah saw. pun bersabda, “Sesungguhnya Allah lah yang menetapkan harga, menggenggam, membentangkan dan memberi rezeki. Dan sesungguhnya aku benar-benar berharap dapat bertemu dengan Allah tanpa ada seorang pun diantara kalian yang menuntutku atas sebuah kedhaliman dalam darah atau harta.”

Dari hadits di atas, para ulama menyimpulkan bahwa haram bagi penguasa untuk menetapkan harga bagi penguasa untuk menentukan harga barang-barang karena hal itu adalah sumber kedhaliman. Masyarakat bebas untuk melakukan transaksi-transaksi finansial. Jadi, pembatasan terhadap mereka bertentangan dengan kebebasan ini.

Selain itu, penetapan harga mengakibatkan hilangnya barang. Hal itu mengakibatkan kenaikan harga dan kenaikan harga membahayakan orang-orang fakir. Mereka tidak mampu membelinya. Sementara orang-orang kaya mampu membelinya di pasar gelap dengan kecurangan yang besar. Masing-masing dari keduanya pun terjatuh dalam kesempitan dan kesusahan. Tidak ada *maslahat* yang terwujud bagi keduanya.

b. *Rukhshah* (keringanan) untuk menetapkan harga saat dibutuhkan

Apabila para penjual bertindak sewenang-wenang dan melampaui batas sehingga membahayakan pasar maka wajib atas penguasa untuk melakukan intervensi dan menetapkan harga demi menjaga hak-hak masyarakat, demi mencegah penimbunan, dan demi menghilangkan kedhaliman menimpa mereka karena kerakusan para penjual. Oleh karena itu, Imam Malik membolehkan pembatasan harga. Sebagian dari para ulama mazhab Syafi'i juga membolehkannya ketika harga-harga mahal.¹²⁰

Landasan ta'sir dalam QS. Al Hadid ayat 25 seperti sebagai berikut.

وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ
اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ

Artinya:

"Dan Kami menciptakan besi yang mempunyai kekuatan, hebat dan banyak manfaat bagi manusia, dan agar Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)-Nya dan rasul-rasul-Nya walaupun (Allah) tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha kuat, Maha perkasa."

Penyebutan keadilan dan besi secara bersamaan dalam ayat ini menunjukkan adanya indikasi akan pentingnya penerapan keadilan dan kebenaran dengan bantuan kekuatan (yang dalam ayat ini disebut dengan besi, sebagai simbol kekuatan). Dengan demikian negara

¹²⁰ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*: Jilid 5, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2010, Cet. II h. 82.

hendaknya mempergunakan kekuatan, jika itu dibutuhkan, untuk menegakkan keadilan ekonomi.¹²¹

Penetapan harga (*ta'sir*) ini jika dilihat dari perspektif Islam tergantung dari tujuan pihak OPPO tersebut. Pada hakikatnya, Islam memberikan kebebasan pasar, dan menyerahkannya kepada hukum *tabi'i* untuk melakukan mekanismenya sesuai dengan penawaran dan permintaan.¹²² Oleh karena itu, ketika harga-harga melambung tinggi dan orang-orang mengatakan kepada Nabi Saw,

عَلَا السَّعْرُ عَلَى عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ سَعِّرْ لَنَا.
فَقَالَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَائِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ
أَلْقَى رَبِّي وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

Artinya:

“Wahai Rasulullah, tentukanlah harga buat kami”, beliau menjawab: “Sesungguhnya Allah lah yang menentukan harga, yang menekan, yang melapangkan dan yang memberi rezeki. Saya ingin bertemu Allah sedang tidak ada seorang pun dari kamu yang menuntut saya karena suatu kezaliman baik mengenai masalah darah maupun masalah harta.”¹²³

Hadits tersebut tidak melarang semua penentuan harga, meskipun dengan maksud untuk menghilangkan kemudharatan atau mencegah kezaliman yang amat buruk. Bahkan para ulama peneliti menetapkan bahwa tindakan menentukan harga itu ada yang dinilai zalim dan haram, dan ada pula yang dianggap adil dan halal.

¹²¹ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Penerjemah Samson Rahman, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001, h. 160

¹²² Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram (Al-Halal wal Haram fil-Islam)*, Jakarta: Robbani Press, 2009, Cet. VIII, h. 295.

¹²³ Diriwayatkan oleh Abu Daud, Tirmidzi, Ibnu Majah, ad-Darimi, dan Abu Ya'la. Takhrij No. 323.

Apabila pematokan harga mengandung unsur kedhaliman terhadap masyarakat dan memaksa mereka secara tidak benar untuk menjual dengan harga yang tidak mereka ridhai, atau melarang mereka menjual sesuatu yang diharamkan Allah, maka pematokan harga semacam ini adalah haram. Tetapi jika mengandung keadilan di antara manusia, seperti memaksa mereka untuk melakukan apa yang menjadi kewajiban mereka niscaya tukar-menukar dengan harga yang seimbang (baik antara barang dengan barang maupun antara jasa dengan upah dan sebagainya), dan melarang mereka melakukan sesuatu yang haram, seperti mengambil tambahan atas penukaran yang sudah seimbang, maka pematokan harga semacam ini adalah halal, bahkan wajib.¹²⁴

Ibnu Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan penawaran terhadap harga:

- a. Keinginan masyarakat yang berbeda-beda terhadap suatu jenis barang.
- b. Perubahan jumlah barang tergantung pada jumlah peminta. Jika permintaan barang meningkat maka harga naik dan sebaliknya.
- c. Hal tersebut di atas juga akan mempengaruhi atas menguat/melemahnya tingkat kebutuhan pada barang karena meluasnya jumlah dan ukuran dari kebutuhan.

¹²⁴ Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram...*, h. 296.

- d. Berubah-ubahnya harga sesuai dengan siapa saja pertukaran barang tersebut dilakukan.
- e. Harga juga dipengaruhi oleh bentuk pembayaran yang dipergunakan dalam jual beli, jika yang digunakan umum dipakai (uang), harga akan lebih rendah ketimbang jika membayar dengan uang yang jarang ada di peredaran.
- f. Disebabkan oleh tujuan dari kontrak adanya timbal balik pemilikan.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa penetapan harga yang diberikan oleh OPPO jika memiliki tujuan untuk menstabilkan harga agar tidak adanya permainan harga, penimbunan barang atau kegiatan lain yang menimbulkan kerugian kepada mitra dan konsumen maka penetapan harga tersebut diperbolehkan, akan tetapi jika hal tersebut hanya bertujuan untuk menguntungkan pihak OPPO saja dan merugikan pihak lain maka hal ini penetapan harga ini tidak diperbolehkan.

Ibnu Taimiyah menjelaskan harga yang adil adalah dengan selalu menghubungkan dengan dua hal: pertama, kompensasi setara yaitu: diukur sesuai dengan kuantitas dari obyek khusus yang digunakan secara umum. Kompensasi yang adil didasarkan atas analogi dan taksiran suatu barang dengan barang lain yang setara. dan, kedua, harga setara adalah harga yang sesuai dengan keinginan.

Dengan kata lain, harga yang diperoleh melalui kekuatan pasar yang berjalan secara bebas antar permintaan dan penawaran.¹²⁵

Dalam penerapan penetapan harga bahwa harga fluktuatif, terkadang dari pihak mitra yang lain bisa menurunkan harga di bawah *Standar Retail Price* (SRP) dari OPPO. Jadi sudah tidak bisa dijadikan pegangan SRP dari OPPO”, maka ini perlu ketegasan dari pihak OPPO agar bisa menstabilkan harga kembali. Seperti yang dipaparkan oleh BG selaku sales OPPO yang memastikan langsung ke tempat dealer, jika ada penemuan pengurangan atau penambahan harga atau ada pemberian hadiah (*gift*) diluar promo dari OPPO. Jika menemukan ini maka mitra akan diberikan teguran secara lisan maupun tulisan dengan surat, sanksi pemutusan dan pencopotan branding.

3. Tinjauan Hukum Islam Terkait dengan Pengembalian Dana (*refund*)

Istilah *refund* atau pengembalian dana kian populer penggunaannya seiring meningkatnya kegiatan bisnis di masyarakat. *Refund* merupakan bagian yang tidak bisa dilepaskan dalam transaksi jual-beli barang dan jasa. Penerapan *refund* ternyata sangat beragam umumnya bergantung pada perihal yang dibuat oleh penjual atau pemberi layanan.

¹²⁵ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam: Analisis Mikro Dan Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, h. 106.

Refund dalam konteks ini bisa disebut sebagai ganti rugi yang diberikan oleh OPPO karena ada perubahan harga. Islam mengenal suatu hak yang berkaitan dengan ganti rugi (*ta'wid*). *Ta'wid* secara Bahasa selain ganti rugi juga disebut kompensasi. Secara istilah definisi *ta'wid* (ganti rugi) adalah menutup kerugian yang terjadi akibat pelanggaran atau kekeliruan.¹²⁶

Ganti rugi (*ta'wid*) hanya boleh dikenakan atas pihak yang dengan sengaja atau karena kelalaian melakukan sesuatu yang menyimpang dari ketentuan akad dan menimbulkan kerugian pada pihak lain. Besar ganti rugi (*ta'wid*) adalah sesuai dengan nilai kerugian yang riil (*real loss*) yang pasti dialami (*fixed cost*) dalam transaksi tersebut dan bukan kerugian yang diperkirakan akan terjadi (*potential loss*) karena adanya peluang yang hilang (*opportunity loss* atau *al-furshah al-dhai'ah*). Ganti rugi *ta'wid* hanya boleh dikenakan dalam transaksi (akad) yang menimbulkan utang piutang (*dain*), seperti *salam*, *istishna* serta *murabahah* dan *ijarah*.

Ketentuan ganti rugi dalam QS. Al Baqarah ayat 194 sebagai berikut.

الشَّهْرُ الْحَرَامُ بِالشَّهْرِ الْحَرَامِ وَالْحُرُمَتِ قِصَاصٌ فَمَنْ اعْتَدَى
عَلَيْكُمْ فَاَعْتَدُوا عَلَيْهِ بِمِثْلِ مَا اعْتَدَى عَلَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ
اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ

Artinya:

"Bulan haram dengan bulan haram, dan (terhadap) sesuatu yang dihormati berlaku (hukum) qisas. Oleh sebab itu barangsiapa menyerang kamu, maka seranglah dia setimpal dengan serangannya terhadap kamu. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah beserta orang-orang yang bertakwa."

¹²⁶ Wahbah al-Zuhaili, Nazariyah al-Daman, (Damsyiq: Daar al-Fikr, 1998), dikutip dari Fatwa DSN-MUI No: 43/DSN-MUI/VIII/2004 tentang Ganti Rugi (*ta'wid*)

Ayat di atas menjelaskan tentang dua kubu yang berselisih, salah satu kubu melakukan pelanggaran pada kubu lain, maka kubu tersebut harus membayar besaran pelanggaran itu. Jika ditarik dalam realitas sekarang, jika ada pihak yang melakukan pelanggaran maka pihak lain tersebut membayar ganti rugi, diyat, atau sejenisnya. Hal tersebut tergantung dari besarnya pelanggaran dan akibat yang ditimbulkan. Dapat disimpulkan bahwa dalam syariat tidak dibenarkan melakukan pelanggaran baik terhadap diri sendiri maupun orang lain.

Adapun ketentuan umum mengenai *ta'wid* adalah sebagai berikut:¹²⁷

- a. Ganti rugi (*ta'wid*) hanya boleh dikenakan atas pihak yang dengan sengaja atau karena kelalaian melakukan sesuatu yang menyimpang dari ketentuan akad dan menimbulkan kerugian pada pihak lain.
- b. Kerugian yang dapat dikenakan *ta'wid* sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 adalah kerugian riil yang dapat diperhitungkan dengan jelas.
- c. Kerugian riil sebagaimana yang dimaksud ayat 2 adalah biaya-biaya riil yang dikeluarkan dalam rangka perhitungan hak yang seharusnya dibayarkan pelanggaran atau kekeliruan.¹²⁸
- d. Besar ganti rugi (*ta'wid*) adalah sesuai dengan nilai kerugian riil yang pasti dialami dalam transaksi tersebut dan bukan kerugian yang diperkirakan akan terjadi karena adanya peluang yang hilang (*opportunity loss* atau *al-furshah al-dha-i'ah*).

¹²⁷ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya*, cet. I, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, h. 224-225

¹²⁸ Wahhab al-Zuhaili, *Nazariyah al-Dhaman*, (Damsyiq: Darul-Fikr, 1998), h. 87

- e. Ganti rugi (*ta'wid*) hanya boleh dikenakan pada transaksi (*aqad*) yang menimbulkan utang piutang (*dain*), seperti *salam*, *istishna'* serta *murabahah* dan *ijarah*.
- f. Pada *akad mudharabah* dan *musyarakah*, ganti rugi hanya boleh dikenakan oleh *shahibul maal* atau salah satu pihak dalam *musyarakah* apabila bagian keuntungannya sudah jelas tetapi tidak dibayarkan.

Pengembalian dana (*refund*) yang dilakukan oleh OPPO merupakan akibat dari adanya perubahan harga baik harga tersebut naik maupun turun. Ketentuan mengenai *ta'wid* pada kebijakan OPPO dikiasikan dengan adanya kebijakan pengembalian dana (*refund*). *Refund* ini termasuk dalam kategori ganti rugi atau pun kompensasi karena adanya kesengajaan dari pihak OPPO untuk merubah standar harga ecer pada unit smartphone tertentu. Perubahan harga ini menyebabkan berkurangnya keuntungan yang diperoleh oleh mitra pada penjualan smartphone tersebut walaupun kerugian tidak terlalu besar karena penurunan atau penambahan harga hanya sekitar 5% dari harga ecer. Ini juga tergantung dari jumlah stok barang yang ada pada mitra, jika stok barang sedikit maka tidak terlalu banyak dampak yang dirasakan oleh mitra akan tetapi jika jumlah stok banyak maka juga akan menambah kerugian karena seharusnya kita untung tetapi keuntungan tersebut akhirnya tertunda karena ada perubahan harga yang tidak diinfokan dari jauh-jauh hari sehingga mitra tidak dapat mengantisipasi hal tersebut.

Uang yang dikembalikan sesuai dengan potongan harga yang telah ditetapkan oleh OPPO misalnya harga jual awal smartphone OPPO Rp.2.000.000 setelah itu terjadi penurunan harga sebesar Rp.100.000 sehingga harga baru menjadi Rp.1.900.000 maka pihak OPPO harus mengembalikan uang sebesar Rp.100.000 kepada mitra. Sesuai dengan kebijakan pengembalian dana oleh pihak OPPO yang memberikan jangka waktu untuk pengembalian dana dihitung dari saat menerima informasi perubahan harga kepada mitra sekitar 14 hari kerja. Jangka waktu *refund* yang tidak sesuai dengan ketentuan awal yaitu 14 hari kerja juga merugikan pihak mitra. Kurang adanya transparansi dalam masalah *refund* dan jangka waktu *refund* yang terlalu lama lebih dari sebulan (30 hari kerja).

Hal ini bisa menjadi utang bagi pihak OPPO jika *refund* tersebut belum dibayarkan kepada mitra. Maka hal ini perlu diperhatikan oleh pihak OPPO saat pembayaran *refund* terkait jangka waktunya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan, maka hasil penelitian yang telah ditelaah tentang penerapan akad kerja sama smartphone OPPO dengan mitra di Kabupaten Gunung Mas, dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

- a. Penerapan kerja sama dengan pihak OPPO berupa penyediaan barang atau produk OPPO dan membagi keuntungan (*profit sharing*) tidak mencakup masalah kerugian yang ditimbulkan dari kerja sama tersebut. Penerapan awal kerja sama diawali dengan penandatanganan kontrak kerja sama penjualan pihak OPPO dengan mitra, pemesanan unit barang, dan kebijakan ketetapan dan perubahan harga yang diikuti oleh mitra, pengembalian dana (*refund*) akibat dari perubahan harga serta pengawasan yang dilakukan oleh OPPO pada mitra dalam proses penjualan.
- b. Tinjauan hukum Islam terhadap pelaksanaan akad kerja sama smartphone OPPO dengan mitra (*dealer*) termasuk *tijarah* (perdagangan). Kedua pihak melakukan kerja sama agar memperoleh keuntungan (laba). Pihak OPPO menjual produk smartphone OPPO dan mitra membeli produk tersebut. Pihak OPPO dan mitra mendapatkan keuntungan dari penjualan. Jika dilihat dari kerja sama dalam pembelian barang merupakan akad *murabahah*. *murabahah* adalah jual beli barang dengan harga asal dengan

tambahan harga keuntungan yang disepakati. Jika dilihat dari rukun dan syarat *murabahah* nya pihak OPPO tidak melanggar ketentuan tersebut karena sudah memenuhi kriteria akad *murabahah*. Kerja sama dalam proses akad antara OPPO dan mitra juga menggunakan akad *salam* dilihat dari cara pemesanan barang. Akad *salam* ini ditunjukkan saat mitra memesan barang terlebih dahulu melalui *sales*. OPPO mengeluarkan kebijakan berupa penetapan harga barang atau disebut juga *Standar Retail Price* (SRP), dilihat dari perspektif Islam penetapan harga tergantung dari tujuan pihak OPPO tersebut. penetapan harga yang diberikan oleh OPPO jika memiliki tujuan untuk menstabilkan harga agar tidak adanya permainan harga, penimbunan barang atau kegiatan lain yang menimbulkan kerugian kepada mitra dan konsumen maka penetapan harga tersebut diperbolehkan tetapi jika hal tersebut hanya bertujuan untuk menguntungkan pihak OPPO dan merugikan pihak lain maka penetapan harga ini tidak diperbolehkan.

- c. Tinjauan hukum Islam terkait pengembalian dana (*refund*) yang dilakukan oleh OPPO akibat adanya perubahan harga. Ketentuan mengenai *ta'wid* (ganti rugi) dikiaskan dengan adanya pengembalian dana (*refund*). *Refund* ini termasuk dalam kategori ganti rugi atau pun kompensasi karena adanya kesengajaan dari pihak OPPO untuk merubah standar harga ecer.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tentang penerapan akad kerja sama smartphone OPPO dengan mitra di Kabupaten Gunung Mas maka peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Untuk pihak OPPO agar dapat menginformasikan perubahan harga pada mitra beberapa hari sebelum harga berubah secara nasional terhitung tanggal harga penetapan yang baru.
2. Untuk pengembalian dana (*refund*) pihak OPPO harus tepat waktu sesuai dengan ketentuan OPPO yaitu 14 hari kerja agar mengurangi kerugian mitra.
3. Untuk mitra agar dapat mematuhi ketentuan harga yang ditentukan OPPO dan tidak mengubah harga jual atau retail pada pengguna (user) serta mitra lebih teliti dalam stok barang yang berubah harga agar tidak terjadi kerugian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Rahman Al-Jaziri, *Kitab al-Fiqh ala al Mazahib al-Arba'ah*, Mesir: al Maktabah al Tijariah al Qubra, 1970.
- Abdulsyani. *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*, Jakarta: Bumi Aksara, 1994.
- Abdul Aziz, *Ekonomi Islam: Analisis Mikro Dan Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, h. 106.
- Abdul Rahman Ghazaly dkk., *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2010.
- Abdul Talib Mustafa, *Kemitraan dalam Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Calpulis, 2017
- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi III, Jakarta: Raja Grafindo, 2007.
- Agus Ahyari, *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*, Edisi keempat, Yogyakarta: BPFE, 1999.
- Al-Minawi, *At-Ta'arif*, 1/405, *Dar al-Fikr al-Mu'ashirah-Dar al-Fikr*, Beirut-Damaskus, cet. I. 14140 H
- Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2013.
- Ahmad Warson Munawir, *Kamus Al-Munawir Arab-Indonesia*, Yogyakarta: Al-Munawwir, 1984.
- Al Qurthubi, *Al-Jami' li Ahkam Al qur'an*, Kairo: Dar al-Kitab Al 'Arabbiyah, 1967.
- Ali Mutahar, *Kamus Arab Indonesia*, Jakarta: PT. Ikrar Mandiri Abadi, 2005.
- Ascarya, *akad dan produk bank syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Baihaqi A. Samad, *Konsepsi Syirkah dalam Islam: Perbandingan Antar Mazhab*, Cet I, Banda Aceh: Yayasan PeNa, 2007.
- Chairiman Pasaribu, dkk, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta: Sinar Grafindo, 1994.
- Edwin and Chris, *Marketing Communication, Contexts, Contents and Strategies*, *Prectice Hall*, Singapore, 1999.

- Fathi ad-Duraini, *Al-Fiqh al-Islam al-Muqaran Ma'a al-Mazahib*, Damaskus: t.tp., 1997.
- Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syari'ah: Deskripsi Dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonosia, 2003.
- Hamzah Ya'kub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, Bandung: Diponegoro, 1992.
- Handoko, T. Hani, *Manajemen Personalialia Dan Sumberdaya Manusia*, Yogyakarta: FE UGM, 2000
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah: Deskripsi dan Ilustrasi* Yogyakarta: Ekonosia, 2003
- Ikit, Artiyanto, M. Saleh, *Jual Beli dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Gava Media, 2018.
- Imam Mustofa, *Hukum Muamalah Kontemporer* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016
- Jeane neltje saly, *Usaha Kecil, Penanaman Modal Asing Dalam Perespektif Pandangan Internasional*, Jakarta: Badan Pembinaan Hukum Nasional, 2001.
- Kasiram, M. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Malang: UIN Malang Press, 2008, h. 227.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. *Principles of Marketing*. 7th. Ed. NewYork: Prentice-Hall Inc, 1996.
- Melayu P. Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengertian Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung, 2001
- Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*, Yogyakarta: AMP YPKN, 2002.
- Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*, Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan, 1999.
- Muhammad Nashiruddin Al-Bani, *Sahih Sunan An-Nasa'i*, Jilid 3, Jakarta: Pustaka Azzam, 2010.

- Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, *Ringkasan tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 2, Jakarta: Gema Insani 1999.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek* Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Muslimah, dkk, *Cara Mudah Membuat Penelitian Proposal*, Palangka Raya: CV. Narasi Raya, 2020.
- Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Penerjemah Samson Rahman, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001.
- Nasron Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Teras, Cet. 1, 2011
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.
- Rosalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Syamsuddin Muhammad bin Muhammad Khatib al-Syarbiniy, Mughni al-Muhtaj ila Ma'rifati al-Faḍil al-Minhaj, (Maktabah Syamilah, 7G)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabet, 2000.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sumardi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, Cet V, Jakarta: Rajawali, 1990.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*: Jilid 4, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*: Jilid 5, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2010.
- Taqyuddin an-Nabhani, *Al-Nizham Al-Iqtishadi Fi al-Islam*. Alih bahasa. Drs. Moh. Magfur Wachid, *Membangun Sistem Ekonomi At-Ternatif Persepektif Islam*, Surabaya: Risalah Gusti, 1996.
- Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1993
- Tohari, Heri dan Yusuf Nursidiq. *Alquran dan terjemah*, Bandung: Kalamy Quran, 2019.

Veithzal Rivai, dkk., *Islamic Financial Management*, Jilid 1. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010.

Wahbah az-Zuhaili, *al Fiqih al Islam wa Adillatuh*, Jilid 5, Libanon: Dar al Fikri, 1994.

W.J.S. Purwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1985.

Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram (Al-Halal wal Haram fil-Islam)*, Jakarta: Robbani Press, 2009.

Amir Mukminin, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Kerjasama Antara Agen dan Penjual Mainan di Desa Kranggan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo” *Jurnal Studi Islam dan Sosial vol. 1 no. 2*, Wonogiri: Sekolah Tinggi Agama Islam Mulia Astuti Wonogiri, 2020.

Moehammad Abdul Aziz, “Analisis Akad Kerjasama Bank Syariah Mandiri Cabang Cibubur Dengan Pondok Pesantren Darurrahmah Bogor Jawa Barat Dan Kesesuaiannya Dengan Fatwa DSN-MUI”, tesis, Jakarta: Institut Ilmu Alqur’an Jakarta, 2020.

M. Fauzan, “Analisis Kontrak Kerjasama Antara PT. Ciomas Adisatwa Dengan Usaha Peternakan Broiler Di Desa Sederhana Kecamatan Bandar Kabupaten Simalungun Menurut Konsep Syirkah”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah vol. 4 no. 2*, Sumatera Utara: STIKOM Tunas Bangsa Pematangsiantar, 2019.

Tim APJII, Laporan Survei Internet APJII 2019 - 2020 (Q2). <https://apjii.or.id/survei>. Diakses pada 25 Maret 2021.

Tim Media Websindo, Indonesia Digital 2019: Tinjauan Umum. <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-tinjauan-umum>. Diakses pada Januari 2020.