

**PENETAPAN HARGA BUAH BERDASARKAN KLASIFIKASI
KONSUMEN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Pada Pedagang Buah Di Kelurahan Kalampangan
Kecamatan Sabangau Kota Palangka Raya)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Disusun Oleh

SALEHATUL KHAIRIYAH

NIM. 1302120236

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PRODI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 2017 M / 1438 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PENETAPAN HARGA BUAH BERDASARKAN
KLASIFIKASI KONSUMEN MENURUT ETIKA
BISNIS ISLAM**

NAMA : SALEHATUL KHAIRIYAH

NIM : 130 212 0236

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, 05 Mei 2017

Menyetujui

Pembimbing I

Drs. Surya Sukti, MA
NIP. 196505161994021002

Pembimbing II

M. Zainal Arifin, M.Hum
NIP. 19750620200312003

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Dra. Hj. Rahmaniar, M.SI
NIP. 195406301981032001

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam

Jelita, M.SI
NIP. 198301242009122002

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Salehatul Khairiyah

Palangka Raya, 05 Mei 2017

Kepada
Yth, Ketua Panitia Ujian Skripsi
IAIN Palangka Raya
Di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya,
maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudari :

Nama : **SALEHATUL KHAIRIYAH**

Nim : **130 212 0236**

Judul : **PENETAPAN HARGA BUAH BERDASARKAN
KLASIFIKASI KONSUMEN MENURUT ETIKA
BISNIS ISLAM**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Drs. Surya Sukti, MA
NIP. 196505161994021002

Pembimbing II


M. Zainal Arifin, M.Hum
NIP. 19750620200312003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **PENETAPAN HARGA BUAH BERDASARKAN KLASIFIKASI KONSUMEN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Pedagang Buah di Kelurahan Kalamangpan)** oleh Salehatul Khairiyah NIM. 1302120236 telah dimunaqasyahkan pada TIM *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 31 Mei 2017

Palangka Raya, 05 Juni 2017

Tim Penguji:

1. **Dr. Ahmad Dakhoir, MHI** (.....)
Ketua Sidang/Penguji
2. **Jelita, MSI** (.....)
Penguji I
3. **Drs. Surya Sukti, MA** (.....)
Penguji II
4. **M. Zainal Arifin, M.Hum** (.....)
Sekretaris/Penguji

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dra. HJ. Rahmaniar, M.SI
NIP. 195406301981032001

**Pricing of Fruit Based on the Classification of Consumers
According to Islamic Business Ethics
(Study On Fruit Traders In Kalampangan Village
Sabangau District City Of Palangka Raya)**

By Salehatul Khairiyah

ABSTRACT

Price is the amount of compensation (money or goods) needed to obtain any combination of goods or services. The set price should cover all costs incurred for production plus the desired percentage of profit in the Islamic economy, the pricing of a commodity in the form of goods or services to be traded shall not tarnish the owner or service provider and without incriminating the buyer or the service user. This study was conducted with the aim to know the price determination made by fruit traders based on the classification of consumers according to Islamic business ethics, that is (1) to describe the pricing done by fruit traders in Kelurahan Kalampangan; (2) to describe the background of fruit traders in setting prices; (3) to describe the pricing is based on the classification of consumers according to Islamic business ethics.

This study used a form of qualitative research, with descriptive method. The sources of data used include research subjects and additional informants taken based on several criteria. The techniques of data collection used were observation, documentation and interview. The validity of the data used is the triangulation technique. Data analysis technique used is data collection, data reduction, a data display, and conclusion.

Based on the result of the study, it could be concluded that: 1) The majority of traditional fruit traders in the Kelurahan Kalampangan in pricing there never was a meeting to agree on any price of fruit to be sold, but the price range of the traders are not much different; 2) The background of Traditional fruit traders has in setting the price of fruit is viewed from several aspects, namely capital, fruit quality, and price competition. But not infrequently there is also the fruit traders who set the price of fruit viewed from the appearance of its customers; 3) Price determination based on consumer classification according to Islamic business ethics conducted by some traditional fruit traders in Kelurahan Kalampangan to consumers by differentiating the selling price between consumers who use cars, motorcycles, and walking, Should the transaction be avoided because it is not feasible to discriminate. Just as the merchant is willing to the buyer then it is highly recommended.

Key Word: Pricing, Classification, Islamic Business Ethics

**Penetapan Harga Buah Berdasarkan Klasifikasi Konsumen
Menurut Etika Bisnis Islam
(Studi Pada Pedagang Buah Di Kelurahan Kalamancangan
Kecamatan Sabangau Kota Palangka Raya)**

Oleh: Salehatul Khairiyah

ABSTRAK

Harga adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya presentase laba yang diinginkan dalam ekonomi Islam, penetapan harga suatu komoditas berupa barang atau jasa yang hendak diperjualbelikan tidak boleh mendzalimi pemilik atau pemberi pelayanan jasa dan tanpa memberatkan pembeli atau pengguna jasa. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui penetapan harga yang dilakukan pedagang buah yang berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam, yaitu (1) Mendeskripsikan penetapan harga yang dilakukan pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan; (2) mendeskripsikan yang melatarbelakangi pedagang buah dalam menetapkan harga; (3) Mendeskripsikan penetapan harga yang dilakukan berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kualitatif, dengan metode deskriptif. Sumber data yang digunakan meliputi: subjek penelitian dan informan tambahan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah, observasi, dokumentasi dan wawancara. Validitas data yang digunakan adalah dengan teknik triangulasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) Mayoritas para pedagang buah tradisional di Kelurahan Kalamancangan dalam menetapkan harga tidak pernah ada rapat untuk menyepakati setiap harga buah yang akan dijual, akan tetapi kisaran harga di antara para pedagang tidak jauh berbeda; (2) Latar belakang para pedagang buah Tradisional dalam menetapkan harga buah adalah melihat dari beberapa aspek, yaitu modal, kualitas buah, dan harga pesaing. Namun tidak jarang ada juga pedagang buah yang menetapkan harga buah melihat dari penampilan para konsumennya; (3) Penetapan harga berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam yang dilakukan oleh sebagian pedagang buah tradisional di Kelurahan Kalamancangan terhadap konsumen dengan cara membeda-bedakan harga jual antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki, seharusnya transaksi tersebut dihindari karena tidak layak apabila membeda-bedakan. Lain halnya pedagang bersedekah kepada pembeli maka hal itu sangat dianjurkan.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Klasifikasi, Etika Bisnis Islam

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENETAPAN HARGA BUAH BERDASARKAN KLASIFIKASI KONSUMEN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM”** dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi Junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW., Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ibnu Elmi AS Pelu, SH. MH. selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Ibu Dra. Hj. Rahmaniar, M.S.I selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Dr.H. Jirhanuddin, M.Ag selaku dosen penasehat akademik selama penulis menjalani perkuliahan.
4. Bapak M. Zainal Arifin, M.Hum selaku dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing penulis dengan ikhlas memberikan arahan dan

penjelasan, serta telah meluangkan waktu dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Drs. Surya Sukti, MA selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia memberikan membimbing penulis dengan ikhlas meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
6. Pimpinan dan staf administrasi perpustakaan di IAIN Palangka Raya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dengan menggunakan berbagai referensi yang ada sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Ibu Jelita, M.S.I selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam di IAIN Palangka Raya.
8. Seluruh dosen dan staf di Program Studi Ekonomi Syariah yang selalu menginspirasi dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan membantu serta memberikan informasi terkait dengan penelitian.
9. Ayah dan Ibu selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan penulis dan keselamatan selama menempuh pendidikan.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah ikut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan

karunia-Nya. Semoga karya ilmiah skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana semestinya.

Palangka Raya, Mei 2017

Penulis

Salehatul Khairiyah
Nim. 1302120236

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "PENETAPAN HARGA BUAH BERDASARKAN KLASIFIKASI KONSUMEN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM" benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, 10 Mei 2017

Penulis



Salehatul Khairiyah
Nim. 1302120236

MOTTO

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، سُئِلَ :
أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَ كُلُّ بَيْعٍ
مَبْرُورٍ
(رواه البزار وصححه الحاكم)

“Dari Rifā’ah bin Rāfi’ berkata, bahwasanya Nabi SAW ditanya, “Apa mata pencaharian yang paling baik?”, Nabi menjawab : Seseorang bekerja dengan tangannya dan tiap-tiap jual beli yang bersih”.

(H.R. Al-Bazzār dan disahihkan oleh Imam Hākim).

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	h .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d .	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...'	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El

م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
هـ	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقدين	ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

D. Vokal pendek

__◌__	Fathah	Ditulis	A
__◌	Kasrah	Ditulis	I
__◌◌	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal panjang:

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
مجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal rangkap:

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

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

النتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lām1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

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

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

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

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Landasan Teori	9
1. Teori Penetapan Harga.....	9
2. Etika Bisnis dalam Islam	19
C. Kerangka Berpikir	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Waktu dan Tempat Penelitian	27
B. Pendekatan Penelitian.....	28
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data	30

F. Pengabsahan Data.....	32
G. Analisis Data	33
BAB IV GAMBARAN UMUM & HASIL PENELITIAN.....	35
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
1. Sejarah Kelurahan Kalampangan.....	35
2. Visi dan Misi Kelurahan Kalampangan.....	36
3. Letak Geografis.....	37
4. Pemerintahan	37
B. Hasil Penelitian.....	38
1. Penetapan Harga yang Dilakukan Pedagang Buah Kelurahan Kalampangan	42
2. Latarbelakang Pedagang Buah dalam Menetapkan Harga	45
3. Penetapan Harga Berdasarkan Klasifikasi Konsumen Menurut Etika Bisnis Islam.....	48
C. Analisis Data	53
1. Analisis Penetapan Harga yang Dilakukan Pedagang Buah Kelurahan Kalampangan.....	53
2. Analisis Latarbelakang Pedagang Buah dalam Menetapkan Harga	57
3. Analisis Penetapan Harga Berdasarkan Klasifikasi Konsumen Menurut Etika Bisnis Islam	58
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Subjek Penelitian.....	30
Tabel 2 Informan Tambahan.....	30

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebahagiaan merupakan tujuan utama kehidupan manusia. Manusia akan memperoleh kebahagiaan ketika seluruh kebutuhan dan keinginannya terpenuhi, baik dalam aspek material maupun spiritual, dalam jangka pendek maupun jangka panjang dalam upaya mewujudkan kesejahteraan manusia menghadapi kendala pokok yaitu, kurangnya sumber daya yang bisa digunakan untuk mewujudkan kebutuhan tersebut.¹

Ekonomi Islam merupakan suatu cabang ilmu yang mempelajari metode untuk memahami dan memecahkan masalah ekonomi yang didasarkan atas ajaran Islam inilah yang kemudian disebut sebagai perilaku rasional Islam yang akan menjadi dasar pembentukan suatu perekonomian Islam. Ekonomi Islam adalah praktik ekonomi yang beretika. Di dalam Islam, diharamkan sebagian mendzalimi sebagian yang lain. Salah satu asas yang mendasari perekonomian Islam adalah asas saling menguntungkan dan tidak merugikan pihak lain. Meskipun di dalam Islam tidak melarang kebebasan dan berkreasi dalam melakukan usaha namun dalam hal kompetisi haruslah dengan persaingan yang sehat.²

Munculnya wacana pemikiran etika bisnis, di dorong oleh realitas bisnis yang mengabaikan nilai-nilai moralitas. Bagi sementara pihak yang

¹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008, h. 1.

² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI),.....h. 1.

melakukan bisnis mengartikan bahwa bisnis adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari laba semata-mata. Oleh karena itu, cara apapun boleh dilakukan untuk mencapai semua yang di inginkan atau sesuai dengan tujuan yang di maksud. Maka dari semua aktivitas yang dilakukan manusia dalam berbisnis konsekuensinya tidak dapat dipakai untuk menilai bisnis. Karena dari sebagian pembisnis berspekulasi bahwa apabila dalam berbisnis di kaitkan dengan etika akan menghambat dalam persaingan bisnis menuju kesuksesan. Pada satu sisi, aktivitas bisnis dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-sebesaranya, sementara prinsip-prinsip moralitas “membatasi” semua aktivitas bisnis. Perkembangan etika bisnis islam bagi para ahli ekonomi mengatakan bahwa sebagai pengejawantahan dan representasi dari aspek hukum. Misalnya, menimbun dan mengurangi timbangan.³

Bisnis adalah usaha memenuhi kebutuhan manusia, organisasi atau masyarakat luas dalam berbagai variasi yang dipermudah dengan medium penukar uang.⁴ Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

³Solihin As-Syarif, Etika Bisnis Islam, di akses dari http://duniailmuweb.blogspot.co.id/2012/05/bab-i-pendahuluan_29.html (online pada hari Minggu 6 September 2015, pukul 08.23 WIB).

⁴ Veithzal Rivai, Amiur Nurrudin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economic Ethics : Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*, Jakarta: Cahaya Prima Sentosa, 2012, h. 3.

Selain itu etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.⁵

Berdagang atau berniaga adalah termasuk pekerjaan yang mulia. Namun dalam hal berdagang masih sering ditemukan ketidakjujuran yang dapat mendzalimi pembeli. Islam tidak membatasi untuk mengambil keuntungan yang banyak, namun Islam membatasi cara memperoleh keuntungan tersebut.

Perdagangan merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah muamalah, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan yang bersifat horizontal dalam kehidupan manusia. Dalam Islam kegiatan perdagangan itu haruslah mengikuti kaidah-kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah. Aktivitas perdagangan yang dilakukan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang digariskan oleh agama mempunyai nilai ibadah.⁶

Harga adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan

⁵ Hari wahyudi, Ekonomi Islam : Etika Bisnis Islam, di akses dari website: <http://blajarekonomiislam.blogspot.co.id/2012/12/etika-bisnis-islam.html>, (Online Pada hari Senin 7 September Pukul 14.28 WIB).

⁶ Yazirman Ilyas, Perdagangan dalam Al-Quran dan Hadis (sistem perdagangan dalam Islam) di akses dari : <http://www.metrojambi.com/v1/home/kolom/20560-perdagangan-dalam-al-quran-dan-hadits-sistem-perdagangan-dalam-islam.html> (online 19 Januari 2016, pukul 20.02 WIB).

untuk produksi ditambah besarnya presentase laba yang diinginkan.⁷ dalam ekonomi Islam, penetapan harga suatu komoditas berupa barang atau jasa yang hendak diperjualbelikan tidak boleh mendzalimi pemilik atau pemberi pelayanan jasa dan tanpa memberatkan pembeli atau pengguna jasa. Penetapan harga yang demikian dalam perspektif ekonomi Islam disebut sebagai *tas'ir*.⁸

Pedagang buah dalam menetapkan harga ada yang membedakan antar konsumen. Sebagaimana permasalahan yang peneliti temukan di lapangan ada pedagang buah yang menjual dagangannya terdapat perbedaan harga antara pembeli yang menggunakan sepeda motor dengan pembeli yang menggunakan mobil.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah dengan judul **“PENETAPAN HARGA BUAH BERDASARKAN KLASIFIKASI KONSUMEN MENURUT ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pada Pedagang Buah Di Kelurahan Kelampangan Kecamatan Sabangau Kota Palangka Raya)”**.

B. Rumusan Masalah

Berangkat dari latar belakang di atas, maka dapat ditarik pokok permasalahan dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana penetapan harga yang dilakukan pedagang buah di Kelurahan Kelampangan?

⁷ M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000, h. 129.

⁸ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, diterjemahkan dari buku aslinya berjudul “Fiqhus Sunnah” penerjemah Abu Syaqqina & Abu Aulia Rahma, Jakarta: Tinta Abadi Gemilang, 2013, h. 81.

2. Apa yang melatarbelakangi pedagang buah dalam menetapkan harga buah?
3. Bagaimana penetapan harga berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penetapan harga yang dilakukan pedagang buah di Kelurahan Kelampangan.
2. Untuk mengetahui yang melatarbelakangi pedagang buah dalam menetapkan harga.
3. Untuk mengetahui bagaimana penetapan harga yang berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu kegunaan berbentuk teoritis dan kegunaan berbentuk praktis:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Menambah wawasan pengetahuan penulis dibidang keilmuan ekonomi Islam khususnya tentang etika bisnis Islam.
 - b. Dapat dijadikan titik tolak bagi penelitian pemikiran lebih lanjut, baik untuk peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambung.
2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi pembisnis sebagai pertimbangan untuk mengambil kebijakan yang berkaitan dengan etika bisnis.
- b. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangkaraya.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan proposal ini menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, didalam bab ini yang akan diuraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka, didalam bab ini berisi tinjauan tentang penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka berpikir.

Bab III Metode Penelitian, yang terdiri dari: waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, subyek dan obyek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data dan analisis data.

Bab IV, pada bab ini di tuangkan deskripsi lokasi penelitian, hasil dan analisis data yang membahas kajian hasil penelitian dan analisis data terhadap penetapan harga berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam.

Bab V, pada bab ini merupakan hasil kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh dan dianalisis yang ditarik inti permasalahannya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Muhammad Ma'ruf. Hasil penelitian dapat disimpulkan: 1) etika pedagang suku Banjar di Samuda dalam menetapkan harga sangat sesuai dengan etika bisnis Islam, diketahui bahwa selama proses dalam menetapkan harga, tidak adanya unsur kedzaliman atau penipuan yang berakibat pada dirugikannya salah satu pihak baik itu pembeli maupun penjual; 2) etika pedagang suku Banjar di Samuda dalam proses pemasaran diketahui barang yang menjadi prinsip utama bagi pedagang Banjar⁶ aspek, yaitu kejujuran, rajin/ gigih, optimis, loyalitas konsumen, bersaing sehat/ sportif, teladan Rasulullah dan tawakal, adapun bentuk pemasaran diantaranya adalah promosi secara langsung (*direct promotion*), loyalitas merk prioritas barang yang berkualitas, perluasan relasi; 3) etika pedagang Samuda dalam melayani konsumennya selalu bersikap jujur dan dapat dipercaya, sabar, rendah hati/ bertutur lembut, dan adil terhadap semua pelanggan. Hal ini menggambarkan sosok pedagang yang ideal dalam Islam.⁹

Siti Juleha (2014). Judul skripsi: Strategi pedagang buah dalam menetapkan harga di Kelurahan Menteng Kecamatan Jekan Raya (Studi Kasus 6 Pedagang Buah). Hasil penelitian mengenai strategi pedagang buah dalam menetapkan harga di Kelurahan Menteng Kecamatan Jekan Raya Kota

⁹ Muhammad Ma'ruf, *Etika Bisnis Pedagang Muslim Suku Banjar di Samuda*. 2012.

Palangka Raya dalam menetapkan harga yakni: 1) strategi pedagang muslim dalam menetapkan harga sesuai dengan ajaran islam dan apa yang telah diajarkan Rasulullah SAW dalam berdagang harus menetapkan sifat jujur dan adil dengan sesama konsumen. Diketahui bahwa selama proses transaksi atau selama menetapkan harga, tidak adanya unsur kedzaliman, kecurangan, dan penipuan yang mengakibatkan kerugian salah satu pihak baik pembeli maupun penjual. Jika dilihat dari permasalahan maka pedagang buah membedakan menjadi 4 bagian, yaitu nilai/ kualitas, menetapkan harga berdasarkan laba, dan menetapkan harga berdasarkan persaingan sempurna, sebaliknya ada yang mengatakan tidak ada persaingan antara para pedagang yang lainnya. 2) kendala yang mempengaruhi dalam menetapkan harga yakni seperti barangnya kosong, barang yang diambil ternyata tidak sesuai pesanan, buahnya layu, dan faktor pelayanan bisa mempengaruhi harga jual. 3) solusi dalam menetapkan harga yakni dengan cara menjual buah dengan harga sewajarnya tidak perlu memasang harga terlalu tinggi dan akibatnya kalau memasang harga selalu tinggi berdampak buruk untuk buahnya juga. Kalau seperti itu harga buah pasti akan turun setengah harga awal karena buahnya sudah tidak segar lagi makanya harganya turun. Dan dalam berdagang tidak boleh curang dalam memasarkan barangnya atau mempromosikan barangnya. Harus bersikap jujur dan adil kepada semua pembeli maupun pembeli itu mampu ataupun tidak mampu.¹⁰

¹⁰ Siti Juleha, *Strategi pedagang buah dalam menetapkan harga di Kelurahan Menteng Kecamatan Jekan Raya (Studi Kasus 6 Pedagang Buah)*. 2014.

Munawarah (2014). Judul skripsi: Kaidah Penetapan Harga Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Besar Kota Palangka Raya. Hasil penelitian: 1) kaidah penetapan harga Sembilan bahan pokok di Pasar Besar Kota Palangka Raya adalah berdasarkan pertimbangan permintaan pasar dan persediaan barang di pasar serta kesempatan dalam menaikkan harga sesuai situasi dan kondisi pasar yang juga dimanfaatkan oleh para pedagang untuk memperoleh keuntungan, 2) rasionalitas yang menjadi kaidah dalam penetapan harga sembilan bahan pokok di Pasar Besar Kota Palangkaraya berdasarkan pertimbangan kualitas barang, biaya pengeluaran untuk menyediakan dan memasok barang, dan juga faktor alam dalam menyediakan persediaan barang. Hal ini merupakan hal yang wajar dilakukan para pedagang.¹¹

Setelah melihat penelitian terdahulu di atas, maka dapat diketahui kesamaannya dengan penelitian yang penulis teliti tentang etika bisnis, yang menjadi subjeknya adalah sama-sama meneliti tentang etika bisnis pedagang. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana penetapan harga yang berdasarkan klasifikasi konsumen, sehingga rumusan masalah yang dibahas juga berbeda.

B. Landasan Teori

1. Teori Penetapan Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa.

¹¹ Munawarah, *Kaidah Penetapan Harga Sembilan Bahan Pokok Di Pasar Besar Kota Palangka Raya*. 2014

Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya presentase laba yang diinginkan. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, secara umum akan kurang menguntungkan, karena pembeli dan volume penjualan berkurang. Akibatnya semua biaya yang telah dikeluarkan tidak dapat tertutup, sehingga pada akhirnya perusahaan menderita rugi.¹²

Buchari Alma mengatakan dalam teori ekonomi, bahwa pengertian harga adalah sebagai berikut:

“Harga adalah nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan *utility* ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*,) keinginan (*wants*), dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Jadi, harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.¹³

b. Penetapan Harga

Menurut Fandy Tjiptono, metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat macam berdasarkan basisnya, yaitu berbasis permintaan, biaya, laba, dan persaingan.

1) Metode Penetapan Harga Berbasis Permintaan

Metode ini lebih menekankan faktor-faktor yang mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan daripada faktor-faktor biaya, laba dan persaingan. Permintaan pelanggan sendiri

¹²M. Fuad, *Pengantar Bisnis, ...*, h. 129.

¹³Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV. Alfabeta, 2005, h. 169.

didasarkan pada berbagai pertimbangan, di antaranya yaitu kemampuan para pelanggan untuk membeli (daya beli), kemauan pelanggan untuk membeli, posisi suatu produk dalam gaya hidup pelanggan, manfaat yang diberikan produk tersebut kepada pelanggan, harga produk-produk substitusi, pasar potensial bagi produk tersebut, sifat persaingan non-harga, perilaku konsumen secara umum, segmen-segmen dalam pasar.

2) Metode Penetapan Harga Berbasis Biaya

Dalam metode ini faktor penentu harga yang utama adalah aspek penawaran atau biaya, bukan aspek permintaan. Harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan pemasaran yang ditambah dengan jumlah tertentu sehingga dapat menutupi biaya-biaya langsung, biaya *overhead*, dan laba.

3) Metode Penetapan Harga Berbasis Laba

Metode ini berusaha menyeimbangkan pendapatan dan biaya dalam penetapan harganya. Upaya ini dapat dilakukan atas dasar target volume laba spesifik atau dinyatakan dalam bentuk persentase terhadap penjualan atau investasi.

4) Metode Penetapan Harga Berbasis Persaingan

Selain berdasarkan pada pertimbangan biaya, permintaan, atau laba, harga juga dapat ditetapkan atas dasar persaingan, yaitu apa yang dilakukan pedagang lebih melihat pada harga pesaing.¹⁴

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Penerbit Andi, 1997, h. 157-164.

Sedangkan Menurut Mulyadi mengemukakan bahwa metode-metode perhitungan harga pokok produksi yaitu:

- 1) Metode *Full Costing*
- 2) Metode *Variabel Costing*.

Metode-metode perhitungan harga pokok produksi tersebut didefinisikan sebagai berikut:

a) Metode *Full Costing*

Merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi kedalam harga pokok produsen, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya *overhead* pabrik (baik yang berperilaku variabel maupun tetap).

Harga pokok produk yang dihitung dengan pendekatan ini terdiri dari unsur-unsur harga pokok produksi ditambah biaya non produksi (biaya pemasaran dan biaya administrasi umum).

b) Metode *Variabel Costing*

Merupakan metode penentuan harga pokok produksi yang memperhitungkan biaya produksi berperilaku variabel kedalam harga pokok produksi terdiri dari biaya bahan baku, tenaga kerja langsung dan biaya *overhead* pabrik variabel dengan biaya non produksi variabel (biaya pemasaran variabel dan biaya administrasi dan umum variabel) dan biaya tetap (biaya *overhead*

pabrik tetap, biaya pemasaran biaya administrasi dan umum tetap).

Harga pokok produksi yang dihitung dengan pendekatan variabel costing terdiri dari unsur-unsur harga pokok produksi variabel ditambah dengan biaya non produksi variabel dan biaya tetap.¹⁵ Berikut rumus penetapan harga:

$\text{Harga beli} + \text{keuntungan} = \text{harga jual}$ <p>Atau</p> $\text{Harga jual} - \text{harga beli} = \text{keuntungan}$

c. Etika Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, ketika ia memperkenalkan produk lamanya ke saluran distribusi baru atau daerah geografis baru, dan ketika ia melakukan tender memasuki suatu tawaran kontrak kerja yang baru.¹⁶

Penetapan harga adalah suatu komoditas berupa barang atau jasa yang hendak diperjualbelikan tidak boleh mendzalimi pemilik atau pemberi pelayanan jasa dan tanpa memberatkan pembeli atau pengguna jasa. Penetapan harga yang demikian dalam perspektif ekonomi Islam

¹⁵Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta : BPFE-UGM, 2007, h. 37

¹⁶Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. RajaGraindo Persada, 2012, h.

disebut sebagai *tas'ir*.¹⁷ Menurut Sayyid Sabiq, penetapan harga dalam Islam sangat penting dan merupakan aspek penentu kegiatan ekonomi suatu tatanan masyarakat Islam. Untuk lebih lanjut berikut mengenai etika penetapan harga dalam perdagangan Islam:

1) Prinsip Otonomi

Otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.¹⁸ Orang yang otonom adalah orang yang sadar sepenuhnya akan apa yang menjadi kewajibannya dalam dunia bisnis. Orang yang otonom adalah orang yang tahu aturan dan tuntutan sosial, tetapi bukan orang yang sekedar mengikuti apa saja yang berlaku dalam masyarakat atau mengikuti begitu saja apa yang dilakukan orang lain.

Untuk bertindak secara otonom, ada kebebasan untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keputusan tersebut. Dalam kerangka etis, kebebasan adalah syarat yang harus ada agar manusia bisa bertindak secara etis. Orang yang otonom, selain bertindak secara bebas dan etis, ia juga dituntut untuk tanggung jawab atas segala tindakannya dan juga resikonya.

¹⁷ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, diterjemahkan dari buku aslinya berjudul "Fiqhus Sunnah" penerjemah Abu Syaqqina & Abu Aulia Rahma, Jakarta: Tinta Abadi Gemilang, 2013, h. 81.

¹⁸ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011, h. 17.

2) Kejujuran

Sifat jujur atau dapat dipercaya merupakan sifat terpuji yang disenangi Allah, walaupun disadari sulit menemukan orang yang dapat dipercaya. Kejujuran adalah barang mahal. Lawan dari kejujuran adalah penipuan. Dalam dunia bisnis pada umumnya kadang sulit untuk mendapatkan kejujuran.¹⁹

Kejujuran dalam pelaku bisnis adalah perilaku tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya.²⁰

Bersikap jujur merupakan syarat penting seseorang dalam melakukan perdagangan. Oleh karena itu, agar diperoleh suatu keharmonisan dalam sistem perdagangan, diperlukan suatu “perdagangan yang bermoral”. Rasulullah SAW secara jelas telah banyak memberi contoh tentang sistem perdagangan yang bermoral, yaitu perdagangan yang jujur dan adil serta adanya unsur suka sama suka dan tidak merugikan kedua belah pihak. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam surat An-Nisâ ayat: 29, yaitu:

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

¹⁹ Akhmad Supriadi, *Etika Ekonomi dan Bisnis dalam Al-Qur'an: Sebuah Panduan Etik dan Moral untuk Menggapai Sukses Dunia & Akhirat*, Yogyakarta: Kanwa Publisher, 2014, h. 53.

²⁰ Wiwin Koni, *Etika Bisnis Islam dan Solusi Islam dalam Krisis Ekonomi Global*, Al-Buhuts: Volume 11 Nomor 1 Juni Tahun 2015, h. 74.

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”²¹

3) Keadilan

Menurut Islam, adil merupakan norma paling utama dalam seluruh aspek perekonomian. Hal itu dapat ditangkap dalam pesan al-Qur’an yang menjadikan adil sebagai tujuan agama. Bahkan adil adalah salah satu asma Allah.²²

Tidak berlebihan kiranya jika dikatakan bahwa keadilan merupakan inti semua ajaran yang ada dalam al-Qur’an. Al-Qur’an sendiri secara tegas menyatakan bahwa maksud diwahyukannya adalah untuk membangun keadilan dan persamaan.²³

Jadi Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku zalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang lain selalu dikurangi.

4) Larangan *Ikhtikar*

Ikhtikar yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang

²¹ Kementrian Agama RI, Alwasim : *Al-qur’an Tajwid Kode, Transiletrasi...* h. 83.

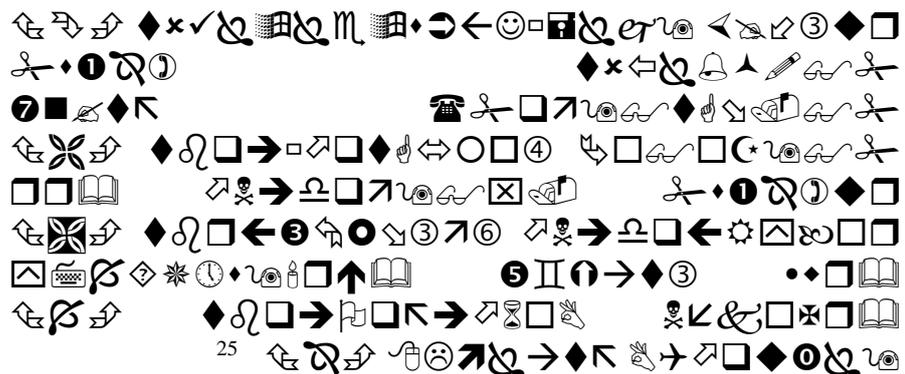
²² Yusuf Qardhawi, *Norma ...*, h. 182.

²³ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-kautsar, 2001, h. 99.

lebih tinggi. Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus untuk melindungi hak keduanya.²⁴

5) Larangan *Tadlis*

Transaksi *tadlis* ada beberapa bentuk. Pertama, *tadlis* dalam kuantitas. Penipuan seperti ini bisa dilakukan dengan mengurangi jumlah barang atau timbangan. Misalnya, menjual pakaian jadi dalam satu kontainer. Karena jumlah yang cukup banyak, maka tidak sempat lagi untuk menghitungnya. Dalam kondisi ini, penjual mengurangi jumlah pakaian tersebut. Sehingga satu kontainer tak terisi pakain jadi dengan jumlah semestinya. Firman Allah :



Artinya : “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa Sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar”.²⁶

Kedua, *tadlis* dalam kualitas. Penipuan seperti ini seperti halnya menyembunyikan cacat barang atau kualitas buruk yang tidak sesuai dengan kesepakatan penjual dan pembeli. Sabda Nabi SAW :

²⁴ Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2003, hal. 162.

²⁵ Q.S. Al-Mutaffifin [83] : 1 – 5

²⁶ Kementerian Agama RI, Alwasim : *Al-qur'an Tajwid Kode, Transiletrasi...* h. 587.

"Sesungguhnya Rasulullah SAW pernah melalui sesuatu (tumpukan) makanan yang oleh pemiliknya dipujinya. Kemudian Nabi meletakkan tangannya pada makanan tersebut, ternyata makanan tersebut sangat jelek. Lantas Nabi bersabda. Juallah makanan ini menurut harga yang pantas, sebab barang siapa menipu kami, bukanlah dari golongan kami. " (HR Ahmad)

Ketiga, *tadlis* dalam harga. *Tadlis* dalam harga ini adalah memasang tarif yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga pasar. Contohnya adalah ada seorang pendatang tiba di sebuah kota. Ia membutuhkan angkutan yang cepat untuk sampai ke tujuan. Kemudian, ia menyewa taksi yang tarif pasarnya sama sekali tidak diketahuinya. Sopir taksi mengetahui atau orang tersebut tidak mengetahui harga pasar, maka dinaikkanlah berlipat-lipat tarif taksi tersebut. praktik inilah yang disebut dengan *tadlis* dalam harga. Atau sering disebut dengan *gaban*.

6) Larangan melipatgandakan harga dalam jual beli

Menurut Imam Ghazali, dilarang melipatgandakan harga dalam jual beli dalam kebiasaan yang berlaku. Pada dasarnya pelipatan harga dibolehkan karena jual beli adalah aktivitas untuk mendapatkan keuntungan. Hal itu tidak terlepas dari unsur menjual barang dengan menaikkan harganya. Jika pembeli menambah harga suatu barang karena senangnya terhadap barang itu atau karena ia sangat membutuhkannya, maka penjual harus mencegahnya, dua hal itu termasuk *ihsan*. Kalau bukan menyelubungi kebenarannya maka

mengambil lebih dari harga yang ditentukan bukan perbuatan zalim.²⁷

Selanjutnya, Al-Ghazali menggambarkan ihsan dalam muamalat. Ihsan satu derajat lebih tinggi daripada keadilan yang wajib. Diriwayatkan bahwa Muhammad Ibnul Munkadir memiliki baju lurik ada yang harganya 5 dirham dan ada pula yang 10 dirham. Di saat ia pergi, pelayannya menjual baju berharga 5 dirham dengan harga 10 dirham. Ketika ia mengetahui hal itu, ia berusaha mencari pembeli itu sampai bertemu lalu ia berkata, “pelayan itu salah, ia menjual baju seharga 5 dirham dengan harga 10 dirham. “Pembeli berkata, “tidak mengapa, aku rela.” Muhammad berkata, “walaupun kamu rela, saya tidak rela atasmu kecuali saya rela atas diri saya. Maka pilihlah tiga alternatif berikut: ambil baju dengan harga 10 dirham sesuai dengan uang yang kamu bayarkan, atau saya kembalikan uang sebesar 5 dirham, atau kembalikan syuqag kami dan saya kembalikan uangmu.” Pembeli berkata “kembalikan uang saya 5 dirham.” Maka Muhammad mengembalikan uang itu dan pembeli itu pun pergi.

2. Etika Bisnis dalam Islam

a. Pengertian etika

Etika berasal dari bahasa Yunani Kuno “*ethikos*” yang berarti timbul dari kebiasaan. Etika adalah ilmu yang berkenaan dengan

²⁷ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, cet. 1, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h. 181..

tentang yang buruk dan tentang hak kewajiban moral. Dalam Islam istilah yang paling dekat berhubungan dengan etika dalam Al-Qur'an adalah *khuluq*. Al-Qur'an juga menggunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan: *khair* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetaraan dan keadilan, *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui) dan takwa (ketakwaan).²⁸ Menurut Issa Rafiq Beekun, etika dapat didefinisikan sebagai perangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu.²⁹

Sebagaimana firman Allah:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

Artinya: “Dan sesungguhnya kamu (Muhammad) benar-benar berbudi pekerti yang agung dan luhur”. (QS. Al-Qalam : 4).³⁰

b. Pengertian bisnis

Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*. Bisnis dapat didefinisikan sebagai, “segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang perlu untuk kehidupan masyarakat sehari-hari.”³¹ Bisnis secara bahasa mempunyai beberapa arti, yakni

²⁸ Veithzal Rivai, Amiur Nurrudin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business* h. 2-3.

²⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta : Unit penertbitan dan percetakan akademi manajemen perusahaan, 2004, h. 37-38.

³⁰ Kementerian Agama RI, Alwasim : *Al-qur'an Tajwid Kode, Transliterasi Per Kata, Terjemahan Per Kata*, Kota Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2013, h. 564.

³¹ M. Manulang, *Pengantar Bisnis*, Jakarta Barat: Permata Puri Media, 2013, h. 2.

usaha, perdagangan, toko, perusahaan, tugas, urusan, hak, usaha komersial dalam dunia perdagangan atau bidang usaha. Berikut beberapa pengertian bisnis menurut pakar ekonomi :

- 1) Skinner mengatakan (1992) bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.
- 2) Anoraga dan Soegiastuti (1996) mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas jual beli barang dan jasa.
- 3) Straub dan Soegiastuti (1994) mendefinisikan bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.
- 4) Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan sesuatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Jadi, pada hakikatnya bisnis adalah usaha memenuhi kebutuhan manusia, organisasi atau masyarakat luas dalam berbagai variasi yang dipermudah dengan medium penukar uang.³²

c. Etika bisnis Islam

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan

³²Solihin As-Syarif, Etika Bisnis Islam, di akses dari website: http://duniailmuweb.blogspot.co.id/2012/05/bab-i-pendahuluan_29.html (online pada hari Minggu 6 September 2015, pukul 08.23 WIB).

norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Selain itu etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.³³

Etika Bisnis Islam secara tidak langsung mempelajari tentang mana yang mengandung hal baik atau hal yang buruk, benar atau salah sesuai dengan prinsip-prinsip moralitas. (*learning what is right or wrong, and then doing the right thing. "right thing" based and moral principle, and others believe the right thing to do depends on the situation*). Kajian etika bisnis terkadang berhubungan dengan *management ethics* atau *organizational ethics*. Jadi etika bisnis merupakan sebuah pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.³⁴

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, dan halal, haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.³⁵

Keberkahan merupakan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT.

³³ Hari wahyudi, Ekonomi Islam : Etika Bisnis Islam,

³⁴ Solihin As-Syarif, Etika Bisnis Islam,

³⁵ Hari wahyudi, Ekonomi Islam : Etika Bisnis Islam,

Untuk memperoleh keberkahan dalam bisni, Islam mengajarkan etika berbisnis, yaitu sebagai berikut:

1) Jujur dalam menakar dan menimbang

Kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah saw. sangat intens menganjurkan kejujuran dalam berbisnis. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran surah Al-Muttaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ, الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ, وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”³⁶

2) Menjual barang yang halal

Allah telah memerintahkan kepada seluruh manusia untuk hanya mengambil segala sesuatu yang hala dan baik. Selain itu, Allah juga memerintahkan untuk tidak mengikuti langkah-langkah setan dengan mengambil yang tidak halal dan tidak baik, sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an surah Al Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

³⁶ Kementrian Agama RI, Alwasim : *Al-qur'an Tajwid Kode, Transiletrasi ...* h. 587.

Artinya: Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.³⁷

3) Tidak menyembunyikan cacat barang

Dalam tataran ini beliau bersabda: *tidak dibenarkan seorang muslim menjual suatu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan* (HR Al-Quwazni).

4) Tidak melakukan sumpah palsu

Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Dalam sebuah hadis riwayat Bukhari, Nabi bersabda: *dengan melakukan sumpah palsu, barang-barang memang terjual, tetapi hasilnya tidak berkah.*

5) Ramah tamah dan murah hati

6) Tidak melakukan riba

7) Mengeluarkan zakat bila telah sampai hisab dan haulnya³⁸

C. Kerangka Berpikir

Untuk menciptakan suatu keuntungan yang berupa materil dan non materil maka seorang pedagang harus melakukan transaksi yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Salah satunya dengan mengatakan barang yang dijual sesuai dengan kenyataan/ transparan terhadap konsumen. Untuk seorang pedang buah sangat penting etika dalam melakukan transaksi, yaitu

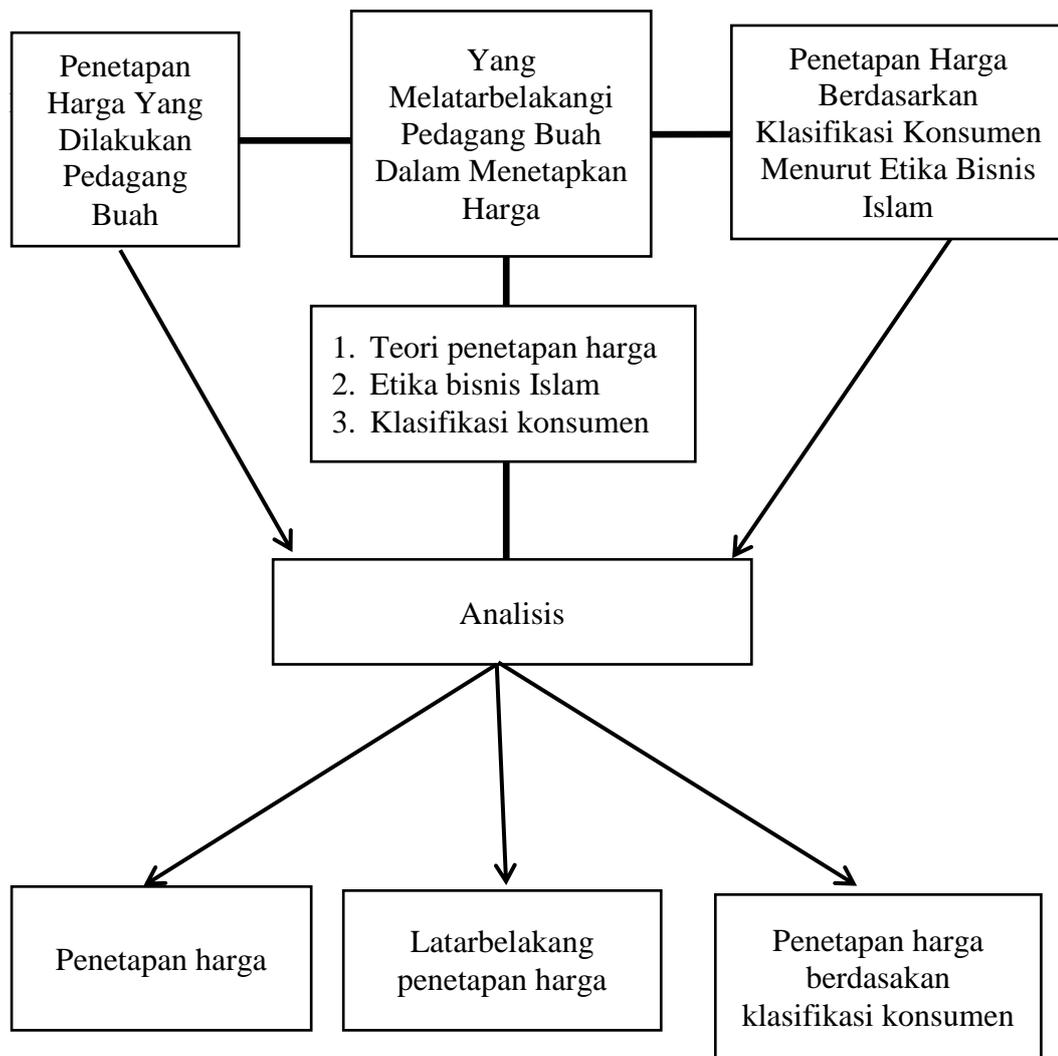
³⁷ *Ibid.*, h. 25.

³⁸ Veizhal Rivai, dkk, *Islamic Business Economic Ethichs*, Jakarta: Buni Aksara, 2012, h.

yang mendapatkan keuntungan bukan hanya pedagang namun konsumen juga harus mendapat keuntungan. Sehingga memberikan respon yang positif dan memberikan keuntungan bagi pedagang maupun konsumen.

Sebagaimana yang diajarkan Rasulullah cara berdagang dalam bisnis yang sesuai syariah Islam. Nabi dalam perdagangannya memiliki sifat-sifat terpuji. Bagaimana cara berdagang atau berbisnisnya Rasulullah, dalam setiap melakukan transaksi perdagangannya beliau selalu mengutamakan sikap yang jujur, maksudnya dalam hal ini pedagang tidak dibolehkan menyembunyikan kecacatan barang, adil, amanah, bijaksana, cerdas, selalu bertanggung jawab dan menyampaikan keterbukaan dalam melakukan transaksi. Pelaku bisnis menurut Islam tidak hanya mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, tidak melakukan sumpah palsu adanya kebiasaan pedagang untuk meyakinkan pembelinya dengan jalan bersumpah agar dagangannya laris, sikap longgar ramah tamah dan murah hati, tidak menjelekkkan bisnis orang lain, jujur dalam takaran dan timbangan, bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah, pembayaran upah sebelum keringat karyawan kering, ajuran berzakat, hanya menjual barang yang halal, segera melunasi hutang, memberi tenggang waktu apabila pengutang belum mampu membayar, larangan riba. Inilah beberapa sikap Rasulullah dalam menjalani bisnisnya dalam berdagang. Dari sinilah dapat dikatakan bahwa suatu etika dalam berbisnis sangatlah penting.

Adapun bagan alur kerangka berpikir penelitian ini adalah sebagai berikut:



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 2 (dua) bulan yaitu dari tanggal 13 Februari s/d 19 April 2017 untuk penelitian lapangan setelah mendapat izin dari Rektorat Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, dengan tenggang waktu tersebut peneliti merasa cukup untuk menggali serta mengumpulkan data dan fakta berupa informasi dari subjek maupun informan yang berhubungan dengan permasalahan tersebut.

2. Tempat penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Kelurahan Kalampangan Kecamatan Sebangau Kota Palangka Raya. Peneliti memilih untuk melakukan penelitian di tempat tersebut karena peneliti ingin mengetahui bagaimana penetapan harga yang berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam. Dasar peneliti untuk memilih penjual buah di Kelurahan Kalampangan adalah sebagai berikut:

- a. Mayoritas pedagang adalah penduduk asli Kelurahan Kalampangan
- b. Tempat jualan para pedagang terletak di pinggir jalan
- c. Peneliti menemukan ada pedagang buah yang menjual dagangannya terdapat perbedaan harga antara konsumen yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.³⁹

Adapun pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.⁴⁰ Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menggambarkan apa adanya secara jelas dan rinci mengenai penetapan harga berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam di Kelurahan Kalampangan Kecamatan Sebangau Kota Palangka Raya.

C. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Nasution menyatakan bahwa, definisi objek penelitian adalah sebagai berikut:

Objek penelitian merupakan Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴¹

³⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002, h. 3, 11.

⁴⁰Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2003, h. 309.

⁴¹*Ibid.*, h. 101.

Dipahami bahwa yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah penetapan harga yang berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui bagaimana pandangan etika bisnis Islam terkait perilaku pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan yang menetapkan harga buah melihat dari segi penampilan konsumen.

Hendraso dalam Suyanto menjelaskan bahwa subjek penelitian akan menjadi informan yang akan memberikan berbagai macam informasi yang diperlukan selama proses penelitian.⁴² Dalam penelitian kualitatif penentuan subjek penelitian lebih selektif, guna membangun generalisasi teoritik.⁴³

Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang buah yang berada di Kelurahan Kalamancangan Kecamatan Sebangau kota Palangka Raya. Adapun ciri-ciri atau kriteria tersebut adalah:

- a. Beragama Islam
- b. Pedagang buah tradisional di Kelurahan Kalamancangan
- c. Mempunyai pengalaman berjualan lebih dari 1 tahun
- d. Asset ± Rp. 2.000.000/ bulan atau lebih

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan peneliti maka subjek dalam penelitian ini terdapat 5 informan kunci / subjek penelitian. Sedangkan informan tambahan untuk menunjang data primer pada subjek penelitian ini, maka dipilih 3 orang konsumen yang memiliki asumsi terhadap praktik jual

⁴²Suyanto, Bagong. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Prenada Media, 2005, h. 171.

⁴³Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial – Agama*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2003, h. 165.

beli buah di Kelurahan Kalampangan. Lebih jelas diuraikan pada tabel berikut ini :

Tabel 1
Subjek Penelitian

No.	Inisial	Jenis Kelamin	Usia	Jenis Buah yang dijual
1.	SM	Perempuan	48 Th	Pisang, Nanas, Pepaya dan Semangka
2.	MR	Perempuan	51 Th	Pisang, Nanas, Jambu, Jagung dan Semangka
3.	SR	Perempuan	46 Th	Pisang, Jagung, Semangka, Jambu dan Nanas
4.	SH	Perempuan	43 Th	Nanas, Jambu, Pepaya, Semangka, Jeruk dan Jagung
5.	DT	Perempuan	43 Th	Nanas, Melon, Semangka, Kelapa, Jambu, Rambutan dan Jagung

Adapun informan tambahan dalam penelitian ini terangkum dalam tabel berikut ini:

Tabel 2
Informan Tambahan

No.	Inisial	Jenis Kelamin	Usia	Keterangan
1.	HN	Laki-Laki	25 Th	Pembeli
2.	RS	Perempuan	30 Th	Pembeli
3.	SG	Laki-Laki	29 Th	Pembeli

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Teknik Observasi

Observasi merupakan mengadakan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan yang sebenarnya terhadap yang diteliti. Melalui teknik ini penulis melakukan pengamatan dalam berbagai hal yang berkenaan dengan subjek peneliti maupun data yang ingin dikumpulkan.⁴⁴ Hal yang hampir sama juga dikemukakan oleh Sutrisno Hadi, yang dimaksud dengan teknik observasi ialah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diteliti.⁴⁵

Melalui tahap observasi ini penulis ingin menggali data tentang cara penetapan harga buah berdasarkan klasifikasi konsumen yang dilakukan oleh pedagang buah Tradisional di Kelurahan Kalamancangan Kota Palangka Raya.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses mencari suatu data sumber berupa tulisan, gambar, catatan, buku, yang mengenai masalah yang sedang diteliti. Dokumentasi juga merupakan teknik pengumpulan data yang bersumber dari dokumen dan catatan-catatan tertulis serta mempelajari secara seksama tentang hal-hal yang berkaitan dengan data yang diperlukan.⁴⁶

Data yang dikumpulkan melalui tahap ini adalah meliputi:

- a. Sejarah Kelurahan Kalamancangan
- b. Struktur Kepengurusan Pemerintahan Kelurahan Kalamancangan

⁴⁴ Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2004, h. 39.

⁴⁵ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research II*, Yogyakarta: Yasbi Fak. Psikologi UGM, 1989, h. 136.

⁴⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*,....., h. 135.

c. Monografi Kelurahan Kalampangan

3. Teknik Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan.⁴⁷ Wawancara adalah suatu percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan kedua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang mewawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan.⁴⁸

Melalui tahap wawancara ini, secara umum penulis ingin menggali data tentang:

- a. Bagaimana Penetapan harga yang dilakukan pedagang buah di Kelurahan Kalampangan?
- b. Apa yang melatarbelakangi pedagang buah dalam menetapkan harga buah?
- c. Bagaimana penetapan harga berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam?

F. Pengabsahan Data

Pengabsahan data adalah upaya yang dilakukan untuk menjadi bahwa semua data diteliti sesuai atau relevan dengan keadaan yang sesungguhnya. Hal ini dilakukan untuk memelihara dan menjamin bahwa data atau informasi yang dihimpun/dikumpulkan benar ada yang terjadi.

⁴⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdarya, 2001, h. 135.

⁴⁸ S. Nasution, *Metode Research*, Jakarta: Bimu Aksara, 1996, h. 135.

Menurut Patton untuk memperoleh keabsahan data, teknik yang digunakan adalah *trianggulasi*. *Trianggulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Adapun *trianggulasi sumber* berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil observasi dengan data hasil wawancara menyangkut tentang penetapan harga yang digunakan pedagang buah dalam pengklasifikasi berdasarkan konsumen di Kelurahan Kelampangan Kecamatan Sebangau.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang secara umum dan yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan hasil wawancara dengan hasil dokumen yang berkaitan.⁴⁹

G. Analisis Data

Analisis data menurut Patton yang dikutip oleh Mo Leong adalah “proses mengatur urut data, mengorganisasikan ke dalam pola, kategori, dan satuan urutan dasar.”⁵⁰ Dalam menganalisis data ada beberapa langkah yang peneliti lakukan, yakni sebagai berikut:

⁴⁹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdarya, 2004, h. 178.

⁵⁰*Ibid.*, h. 103.

1. *Colection* (pengumpulan data) yaitu proses pengambilan dan pengumpulan data sebanyak-banyaknya yang berhubungan dengan objek penelitian.
2. *Data display* atau penyajian data ialah data yang didapati dari keadaan penelitian yang dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti tanpa menutup-nutupi kekurangan atau kelemahannya.
3. *Data reduction* atau pengurangan data ialah data yang diperoleh dari keadaan penelitian dan setelah dipaparkan apa adanya maka dianggap lemah dan kurang valid dihilangkan.
4. *Data conclusion* atau penarikan kesimpulan yakni membuat kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data dan dispaly data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang dianalisis.⁵¹

⁵¹Abdul Qadir, *metode Penelitian Riset Kualitatif*, Palangkaraya: STAIN, 1999, h. 85-86.

BAB IV

GAMBARAN UMUM & HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Kelurahan Kalamancangan

Awal Kelurahan Kalamancangan berasal dari daerah Transmigrasi tahun 1980 di Kampung Bereng Bengkel Kecamatan Pahandut Kodya Palangka Raya, pada tahun 1985 Kalamancangan terbentuk secara difinitif sebagai desa Kalamancangan Kecamatan Pahandut Kodya Palangka Raya, dengan seiring perkembangan Kota Palangka Raya pada tahun 2003 Kelurahan Kalamancangan menjadi Ibu Kota Kecamatan Sabangau Kota Palangka Raya. Dari awal berdirinya Kelurahan Kalamancangan telah berganti 10 kali pejabat Lurah untuk memimpin di wilayah kelurahan Kalamancangan, dengan jumlah penduduk mencapai 4.033 jiwa pada akhir Tahun 2015, dan terbagi menjadi wilayah lingkungan Sosial Terkecil 5 RW dan 30 RT.

Adapun lurah dan Kepala desa kalamancangan yang pernah dan menjabat lurah adalah:

- a. Bapak Munaji, Kepala desa Kalampaangan Tahun 1980
- b. Bapak Yahman
- c. Bapak Djikun
- d. Bapak Teguh Margiono
- e. Ibu Ira Dewi
- f. Bapak Hamam

- g. Bapak Nanang Nor Aslam
- h. Ibu Ratnawati
- i. Bapak Siswadi
- j. Bapak Hadi Suwandoyo sampai sekarang

2. Visi dan Misi Kelurahan Kalamancangan

a. Visi

Terwujudnya tertib penyelenggaraan administrasi pemerintahan umum pembangunan pembinaan kemasyarakatan, dengan memberikan pelayanan yang mudah, murah, cepat dan tepat waktu serta tepat sasaran.

b. Misi

- 1) Meningkatkan kualitas kinerja aparatur kelurahan yang berbasis manajemen modern;
- 2) Meningkatkan sarana dan prasarana infrastruktur yang berwawasan lingkungan;
- 3) Menciptakan situasi dan kondisi yang aman, tertib dan nyaman;
- 4) Mengembangkan sumber daya manusia masyarakat yang anadl dan religious;
- 5) Meningkatkan kualitas dan kuantitas pertanian serta memacu perdagangan dan berkelanjutan;
- 6) Terciptanya pemerataan dan kualitas pembangunan yang berkelanjutan untuk mencapai tingkat kesejahteraan kehidupan masyarakat dalam suasana damai, tentram dan kekeluargaan.

3. Letak Geografis

Kelurahan kalampangan adalah salah satu bagian dari Kecamatan Sabangau yang merupakan pemerintahan tingkat paling bawah dengan luas wilayah 4.265 Ha yang dibentuk sesuai Perda Kota Palangka Raya Nomor 32 Tahun 2002 tentang pembentukan, dan penggabungan Kecamatan dan Kelurahan yang diresmikan sejak dilantikan Pejabat eselon II, III, dan IV oleh Walikota Palangka Raya tanggal 28 Februari 2003.

Kelurahan Kalampangan secara administrasi perbatasan dengan:

- Sebelah Utara : Perbatasan dengan Kelurahan Bereng Bengkel
- Sebelah Timur : Perbatasan dengan Kelurahan Kameloh Baru, Kab
Pulang Pisau
- Sebelah Selatan : Perbatasan dengan Kelurahan Sabaru, Kab Pulang
Pisau
- Sebelah Barat : Perbatasan dengan Kelurahan Panarung/ Tanjung
Pinang

4. Pemerintahan

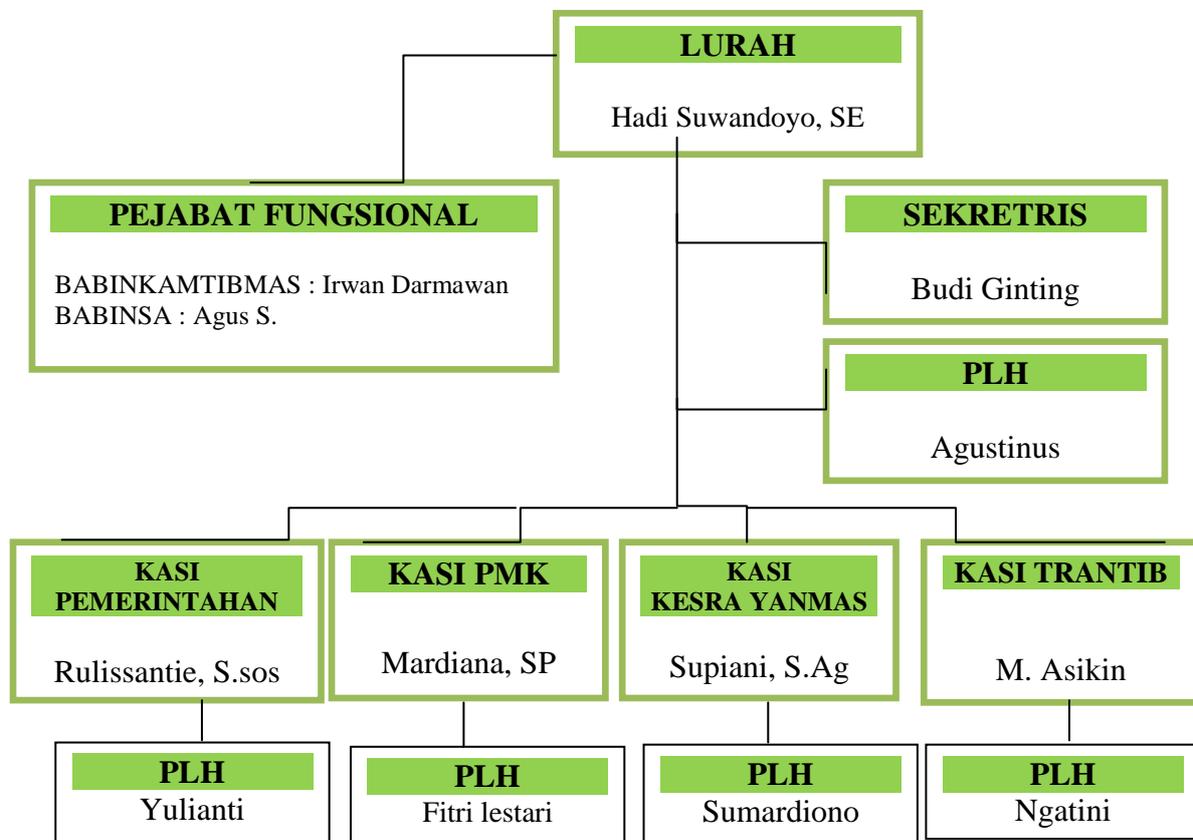
Dalam melaksanakan tugas – tugas kelurahan, sesuai dengan peraturan Walikota Palangka Raya Nomor 1 tahun 2009 tentang Uraian tugas jabatan struktural dilingkungan pemerintahan Kelurahan Kota Palangka Raya, maka tugas Lurah mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan, dan pembinaan kemasyarakatan dalam wilayah kelurahan.

Dalam melaksanakan tugas-tugas pemerintahan dan pembangunan lurah dibantu oleh:

- a. Sekretaris Lurah
- b. Kasi Pemerintahan
- c. Kasi Pembangunan Kelurahan
- d. Kasi Kesra dan Pelayanan Masyarakat
- e. Kasi Trantib
- f. Jabatan Fungsional

Struktur Organisasi Kelurahan Kalamancangan berdasarkan Perda

Nomor 1 tahun 2009 adalah sebagai berikut :



Sumber: Laporan Tahunan Kelurahan Kalamancangan Tahun 2015

B. Hasil Penelitian

Sebelum membahas mengenai hasil penelitian, terlebih dahulu peneliti memberikan gambaran awal mengenai pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan sebagai berikut:

1. Cara melayani konsumen

Proses pelayanan konsumen sangat menentukan terjadinya suatu transaksi jual beli, hasil observasi peneliti terhadap pedagang di Kelurahan Kalamangan, maka dapat disimpulkan bahwa setiap pedagang melakukan pelayanan dalam penjualannya sebagai berikut :

- a. Senyum sapa yang diberikan pedagang untuk setiap konsumen yang datang.
- b. Merasakan kedekatan untuk setiap pelanggan. Meskipun kenyataan tidak semua konsumen dapat dikenalnya.
- c. Mempersilahkan pelanggan dan memberikan opsi barang yang dibutuhkan.⁵²

2. Sikap pedagang terhadap konsumen

Hasil observasi peneliti bahwa sikap pedagang terhadap konsumen tidak pernah memperlakukan yang berbeda-beda terhadap para pelanggan. Sekian banyak pedagang di Kelurahan Kalamangan sudah terbiasa dengan sikap konsumen, baik konsumen tersebut terlalu cerewet maupun terlalu pendiam.⁵³

3. Tata cara menawarkan dagangan

Hasil observasi dan wawancara peneliti bahwa pedagang buah di Kelurahan Kalamangan dalam menawarkan dagangannya dapat disimpulkan dalam beberapa hal sebagai berikut:

⁵² Hasil observasi terhadap 5 pedagang buah di Kelurahan Kalamangan pada tanggal 12-14 Februari 2017.

⁵³ Hasil observasi terhadap pedagang buah di Kelurahan Kalamangan pada tanggal 12-14 Februari 2017.

- a. Membangun komunikasi yang baik dan memberikan informasi setiap barang yang ditawarkan.
 - b. Prioritas buah yang berkualitas, untuk lebih memberikan daya tarik konsumen.
 - c. Perluasan relasi, yaitu dengan memiliki kenalan maka akan lebih memudahkan pedagang dalam menawarkan dagangan.⁵⁴
4. Cara penetapan harga buah

Penetapan harga buah yang dilakukan oleh pedagang buah Tradisional di Kelurahan Kalamancangan dapat dilihat dari berbagai aspek, yaitu:⁵⁵

- a. Penetapan harga buah berdasarkan harga pasar.

Pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan dalam menetapkan harga barang tidak berdasarkan harga pasar, melainkan pertimbangan masing-masing individu pedagang dalam menetapkan harga. Namun kisaran harga yang ditetapkan tidak jauh berbeda dengan pedagang lainnya. Kalau pun terdapat perbedaan harga suatu barang tersebut hanyalah sedikit.

- b. Penetapan harga buah berdasarkan pertimbangan modal

Pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan dalam menetapkan harga melihat dari modal awal dan operasionalnya ditambah keuntungan.

⁵⁴ Hasil observasi dan wawancara terhadap 5 pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan pada tanggal 12-14 Februari 2017.

⁵⁵ Hasil wawancara di Kelurahan Kalamancangan pada tanggal 12 sampai dengan 14 Februari 2017.

c. Penetapan harga buah berdasarkan kualitas buah

Selain pertimbangan modal, penetapan harga buah yang dilakukan oleh pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan juga melihat dari kualitas buah. Jika kualitas buahnya bagus, maka harganya bisa lebih tinggi, namun sebaliknya jika kualitas buah sudah tidak bagus lagi, maka dijual sesuai dengan modal awal.⁵⁶

d. Penetapan harga buah berdasarkan harga pesaing

Pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan dalam menetapkan harga buah juga melihat dari harga pesaing . Misalnya pedagang yang lain menjual buah semangka Rp. 5000, maka ia pun menjual dengan kisaran harga tersebut.⁵⁷

e. Penetapan harga buah berdasarkan penampilan konsumen.

Pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan dalam menetapkan harga buah juga melihat dari segi penampilan konsumen, misalnya konsumen yang memakai mobil dan motor mendapatkan harga yang berbeda dari konsumen yang jalan kaki.

5. Ijab dan Kabul

Akad jual beli yang dilakukan oleh pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan memiliki *shigat* atau bentuk yang biasa digunakan oleh banyak orang, jika pembeli mengatakan “tukar” maka penjual menjawab “jual”, dan sebaliknya jika penjual mengatakan “jual” maka pembeli

⁵⁶ Hasil wawancara di Kelurahan Kalamancangan pada tanggal 12 sampai dengan 14 Februari 2017.

⁵⁷ *Ibid.*,

menjawab “tukar”. Syarat dalam proses akad jual beli sudah terpenuhi seperti adanya barang, penjual, pembeli dan alat tukar.⁵⁸

1. Penetapan Harga yang Dilakukan Pedagang Buah Kelurahan Kalamangan

Penetapan harga dalam bisnis transaksi jual beli sangat berperan penting karena digunakan untuk menentukan berapa keuntungan yang ingin kita ambil agar mendapat keuntungan dan tidak rugi. Telah diketahui bahwa pedagang buah di Kelurahan Kalamangan lebih banyak dari pedagang sayur. Pedagang buah ini biasanya membeli buah dari petani setempat dan penjual yang menggunakan mobil box dan dalam berjualan pedagang buah ada yang menetapkan harga melihat dari penampilan konsumen. Peneliti ingin memandangi penetapan harga buah berdasarkan klasifikasi konsumen dari sudut pandang etika bisnis Islam.

10 pedagang buah di Kelurahan Kalamangan telah didapatkan 5 pedagang buah yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebagai subjek penelitian. Untuk lebih jelasnya mengenai penetapan harga buah berdasarkan klasifikasi konsumen dalam penelitian ini akan peneliti sajikan berdasarkan hasil wawancara sebagai berikut:

Berikut jawaban DT tentang pertanyaan mengenai penetapan harga yang dilakukan dan apakah ada perbedaan harga antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki ?

⁵⁸ Hasil wawancara di Kelurahan Kalamangan pada tanggal 12 sampai dengan 14 Februari 2017.

DT menjelaskan: *"kalo saya menetapkan harga ne mbak ae pastinya melihat dari modal awal lawan kondisi buahnya dan juga melihat dari penampilan yang beli mbak, misalnya yg pakai mobil, motor, dan jalan kaki saya bedakan harganya mbak yah sekitar 1000-2000, supaya ada untung lebih buat menutupi kalau ada buah yang busuk mbak."*⁵⁹

Pendapat DT tersebut menyatakan bahwa dalam menetapkan harga melihat dari modal awal dan kondisi buah. Dan dalam menetapkan harga DT juga melihat dari penampilan konsumen, misalnya yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki ada perbedaan harga berkisar antara 1000-2000 dengan tujuan untuk menambah keuntungan dan menutup buah yang busuk/ tidak layak dijual.

Berikut jawaban SR tentang pertanyaan mengenai penetapan harga yang dilakukan dan apakah ada perbedaan harga antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki?

SR menyatakan: *tergantung berapa manukar buahnya mbak, mun larang talarang jua bajual asal ada untung ja aku mbak. Tapi mun buahnya sudah kada baik dijual modal ae mbak. Nggak ada perbedaan kalau yang beli pake mobil, motor dan jalan kaki.*

SR menjelaskan bahwa menetapkan harga tergantung berapa harga beli dan apabila harga buahnya naik maka harga jual naik. Tetapi apabila ada buah yang sudah busuk atau tidak layak dijual maka akan dijual dengan harga modal. Tidak ada perbedaan antara pembeli yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki.

⁵⁹ Hasil wawancara dengan DT pedagang buah di Kelurahan Kalamangan Kecamatan Sebangau, Selasa, 14 Februari 2017.

Berikut jawaban SM tentang pertanyaan mengenai penetapan harga yang dilakukan dan apakah ada perbedaan harga antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki?

SM menjelaskan “*aku ne mbak ae kalo menjual melihat harga awal ditambah keuntungan, lawan kalo ada yang beli pakai mobil, motor dan jalan kaki bisa beda harganya mbak sekitar 1000-2000.*⁶⁰

SM menyatakan bahwa dalam menetapkan harga melihat dari harga awal ditambah keuntungan, dan apabila ada pembeli yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki terjadi perbedaan harga berkisar 1000-2000.

Berikut jawaban SH tentang pertanyaan mengenai penetapan harga yang dilakukan dan apakah ada perbedaan harga antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki?

SH menjelaskan bahwa dalam menetapkan harga “*melihat dari modal mbak lawan kondisi buahnya. Tapi asal untung sedikit ja seribu/ dua ribu dari modal, yang penting jualannya laku. Lawan klo buahnya sudah nggak bagus, dijual modalnya ja dari pada busuk.*” *Nggak ada perbedaan harga antara yang menggunakan mobil, motor da jalan kaki.*⁶¹

SH menyatakan dalam menetapkan harga melihat dari modal awal dan kondisi buah, yang penting mendapat keuntungan seribu atau dua ribu dari modal awal agar buah yang dijual cepat laku. Dan apabila buah tidak segar lagi dijual dengan harga modal. Tidak ada perbedaan harga antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki.

⁶⁰ Hasil wawancara dengan SM pedagang buah di Kelurahan Kalampangan Kecamatan Sebangau, Senin, 13 Februari 2017.

⁶¹ Hasil wawancara dengan SH pedagang buah di Kelurahan Kalampangan Kecamatan Sebangau, Selasa, 14 Februari 2017.

Berikut jawaban MR tentang pertanyaan mengenai penetapan harga yang dilakukan dan apakah ada perbedaan harga antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki?

MR menjelaskan “*Dalam menetapkan harga ne mbak ae pastinya melihat dari modal awal lawan kondisi buahnya ja. Asal ada lebih pada modal itu sudah syukur mbak, handak larang-larang dari modal, kada laku mbak. Nggak ada perbedaan harga walau orangnya pakai mobil, motor dan jalan kaki.*”⁶²

MR menjelaskan dalam menetapkan harga yaitu melihat dari modal awal dan kondisi buah. Buah tidak dijual dengan harga yang mahal yang penting cepat habis, karena kalau dijual dengan harga yang mahal tidak cepat habis/laku dan tidak ada perbedaan harga antar konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki.

Jawaban responden di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam menetapkan harga pedagang buah Kelurahan Kalampangan rata-rata melihat dari modal awal/ harga awal buah dan kondisi buah. Namun ada perbedaan dalam menetapkan harga, yaitu seperti hal yang dinyatakan oleh DT dan SM bahwa mereka menetapkan harga selain melihat dari modal awal dan kondisi buah, mereka juga melihat dari penampila konsumen misalnya dengan konsumen yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki.

2. Latarbelakang Pedagang Buah dalam Menetapkan Harga

Berikut jawaban SM mengenai pertanyaan apa alasan atau yang melatarbelakangi penetapan harga yang dilakukan?

⁶² Hasil wawancara dengan MR pedagang buah di Kelurahan Kalampangan Kecamatan Sebangau, Senin, 13 Februari 2017.

SM menyatakan *“karna yang diperhitungkan itu ae mbak berapa harga manukar lawan berapa untung yang handak di ambil, kalau sama yang pakai mobil, motor dan jalan kaki saya bedakan tu buat manambah untung gasan manambah modal ae supaya kada rugi.”*⁶³

SM menjelaskan bahwa alasan penetapan harga yang dilakukan adalah karena yang diperhitungkan adalah harga pembelian awal dan kondisi buah ditambah kalau yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki adalah untuk menambah keuntungan dan modal dalam berdagang.

Hal senada juga diungkapkan oleh DT : *“yang diperhitungkan berapa harga manukar lawan berapa untung yang mau di ambil, kalau sama yang pakai mobil, motor dan jalan kaki saya bedakan buat manambah untung dan gasan manutupi karugian.”*

DT menyatakan bahwa alasan penetapan harga yang dilakukan adalah karena yang diperhitungkan adalah harga pembelian awal dan kondisi buah ditambah kalau yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki adalah untuk menambah keuntungan dan menutupi kerugian.

Berikut jawaban SH mengenai pertanyaan apa alasan atau yang melatarbelakangi penetapan harga yang dillakukan?

SH menyatakan *“alasan saya tu mbak ae karena yang saya perhitungkan itu ja, modalnya berapa dan maambil untung berapa asal nggak jauh beda dengan pedagang lain. Nggak membedakan antar konsumen yang pakai mobil, motor dan jalan kaki tu kasian yang beli mbak. merasa saya sendiri kalo ada orang jual kaya gitu pasti ada ngomong di hati jadi jera beli disitu. Supaya orang yang beli nggak jera beli tempt kita ae mbak. Karna yang beli disini nggak mesti orang asing yang sekali lewat.”*⁶⁴

SH menjelaskan alasan penetapan harga yang dilakukannya adalah melihat harga beli dan mengambil keuntungan berapa karena hanya

⁶³ Hasil wawancara dengan SM pedagang buah di Kelurahan Kalampangan Kecamatan Sebangau, Senin, 13 Februari 2017.

⁶⁴ Hasil wawancara dengan SH pedagang buah di Kelurahan Kalampangan Kecamatan Sebangau, Selasa, 14 Februari 2017.

itu yang diperhitungkan. Tidak membedakan harga antar konsumen yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki karena kasian kepada pembeli dan merasa kalo itu kita yang jadi pembeli pasti ada kritikan dalam hati dan itu bisa membuat pembeli jera beli di tempat kita. Karena yang membeli tidak pasti orang di luar kota atau dalam kota.

Berikut jawaban SR mengenai pertanyaan apa alasan atau yang melatarbelakangi penetapan harga yang dillakukan?

SR menyatakan *“alasan saya tu mbak ae karena yang saya diperhitungkan tu itu ja pank, modalnya berapa dan maambil untung berapa asal nggak jauh beda dengan penjual lain. Nggak membedakan antar konsumen yang pakai mobil, motor dan jalan kaki karena saya merasa nggak jujur ae sama yang beli tu mbak.”*⁶⁵

SR menjelaskan alasan penetapan harga yang dilakukannya adalah melihat harga beli dan mengambil keuntungan berapa karena hanya itu yang diperhitungkan. Tidak membedakan harga antar konsumen yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki dengan alasan karena merasa tidak jujur dengan pembeli.

Berikut jawaban MR mengenai pertanyaan apa alasan atau yang melatarbelakangi penetapan harga yang dillakukan?

MR menyatakan *“alasan saya tu mbak ae karena yang saya perhitungkan itu ae, modal berapa dan handak maambil keuntungan berapa lawan kondisi buah jua ae. Nggak membedakan antar konsumen yang pakai mobil, motor dan jalan kaki karena kasian ae klo kita jadi yang beli kayapa perasaan kita klo dibedakan kayatu.”*⁶⁶

⁶⁵ Hasil wawancara dengan SR pedagang buah di Kelurahan Kalamangan Kecamatan Sebangau, Senin, 13 Februari 2017.

⁶⁶ Hasil wawancara dengan MR pedagang buah di Kelurahan Kalamangan Kecamatan Sebangau, Senin, 13 Februari 2017.

MR menjelaskan alasan penetapan harga yang dilakukannya adalah melihat harga beli dan mengambil keuntungan berapa karena hanya itu yang diperhitungkan. Tidak membedakan harga antar konsumen yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki dengan alasan karena merasa tidak jujur dengan pembeli dan seperti apa jika kita diposisi pembeli.

Dari jawaban di atas dapat ditarik kesimpulan alasan atau latarbelakang pedagang buah dalam menetapkan harga adalah yang diperhitungkan hanya modal awal, berapa keuntungan yang akan diambil dan kondisi buah. Dan alasan yang menetapkan harga melihat dari penampilan konsumen yaitu yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki adalah untuk menambah keuntungan, menambah modal berdagang, dan untuk menutupi buah yang sudah busuk atau tidak layak dijual.

3. Penetapan Harga Berdasarkan Klasifikasi Konsumen Menurut Etika Bisnis Islam

Harga adalah titik pertemuan antara permintaan dan penawaran. Sedangkan dalam menentukan harga para pedagang juga akan mengambil keuntungan sebagai hasil dari penjualan. Maka sangat erat hubungannya konsep mengambil keuntungan dalam suatu penentuan harga. Dalam pengambilan keuntungan, Islam tidak memiliki batasan atau standar yang jelas tentang laba atau keuntungan. Sehingga, pedagang bebas menentukan laba yang diinginkan dari suatu barang. Maka, dalam hal ini peneliti akan mengaitkan penentuan harga oleh pedagang buah di Kelurahan

Kalampangan dengan etika bisnis Islam dan pandangan beberapa ahli fiqh mengenai batas pengambil keuntungan.

Salah satu etika berdagang adalah bersikap jujur. Rasulullah bersabda “Penjual dan pembeli memiliki hak memilih selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan apa adanya, mereka akan mendapat berkah dari jual belinya. Namun, jika mereka saling menyembunyikan sesuatu dan berdusta, keberkahan akan lenyap. Seperti yang dinyatakan SR

“saya nggak pernah mbak membedakan harga antara yang beli pake mobil, motor dan jalan kaki. Oleh klo kaya gitu kasian yang beli mbak, kita yang jual merasa nggak jujur sama yang beli”.⁶⁷

Dalam hal ini SR menjelaskan bahwa dalam menetapkan harga tidak ada perbedaan antara pembeli yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki. Kerena hal utama dalam berjualan adalah jujur kepada pembeli, baik kualitas maupun harga barang.

SH menyatakan : *nggak pernah membedakan mbak semuanya sama ja harganya mau pakai mobil, motor, dan jalan kaki.*

SH menyatakan tidak pernah membedakan harga kepada pembeli yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki semuanya sama tanpa ada perbedaan.

Hal serupa juga dikatakan oleh MR. *“selama ini jualan nggak pernah membedakan harga sama pembeli, mau yang beli pakai mobil, motor dan jalan kaki”*.

⁶⁷ Hasil wawancara dengan SR pedagang buah di Kelurahan Kalampangan Kecamatan Sebangau, Senin, 13 Februari 2017.

MR menyatakan selama berjual tidak pernah membedakan harga antara pembeli yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki.

Dalam hal ini terdapat perbedaan dalam menetapkan harga seperti yang dinyatakan oleh SM dan DT

“klo saya menjual dengan pembeli yang pake mobil biasanya saya naikkan harganya mbak, supaya dapat untung lebih. Jadi kalau ada untung lebih bisa menutupi kalau ada kerugian dari buah yang busuk.”⁶⁸

Pernyataan SM di atas menyatakan bahwa dalam melakukan transaksi terdapat perbedaan harga antara konsumen yang menggunakan mobil, motor dan juga jalan kaki, hal tersebut dilakukan untuk menutupi kerugian dari buah yang tidak layak dijual. Hal senada juga dinyatakan oleh DT

“klo ada pembeli yang pake mobil saya naikkan harganya mbak, terus klo ada yang beli pake motor saya turunkan sedikit harganya. Klo sama orang penduduk disini harga normal mbak, karena mereka tau modal belinya. Mau dijual larang nggak laku klo sama penduduk sini mbak, supaya ada untung lebih buat nambah modal jualan mbak”.⁶⁹

Pernyataan DT tersebut mengatakan bahwa dalam melakukan transaksi yang ia lakukan terdapat perbedaan harga jual buah antara konsumen yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki. Perbedaan tersebut dilakukan untuk menambah keuntungan dan keuntungan tersebut untuk menambah modal berjualan.

Berikut pendapat beberapa pembeli terkait transaksi jual beli pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan:

⁶⁸ Hasil wawancara dengan SM pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan Kecamatan Sebangau, Senin, 13 Februari 2017.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan DT pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan Kecamatan Sebangau, Selasa, 14 Februari 2017.

RS menyatakan “*Pedagang Kelurahan Kalampangan to orangnya ramah-ramah, tapi suah tadapat penjual yang menawarkan buahnya bapadah ‘harga semangka 7000 sekilo tapi ayu ja lawan ikam aku murahkan 1000, jadi 6000 ribu j sekilo oleh buah pahabisannya jua kasian kam jauh jua bamotor kesni’ mandangar harganya dikurang seribu handak ae manukar. Oleh tadi ada sabiji ja mencari di lain ae lagi oleh handak mencari 2 biji sekalinya pas batakun di wadah yang satunya harganya 5000 ja talanjur manukar dstu td. Tapi pas ada mobil singgah manukar jua d situ dipadahi tukang jualnya t 7000 harganya. Takajut ae mandangar harganya jadi baubah, agit ku tadi dipadahi penjual harganya ja pas imbah ditimbang barat timbangannya kda d padah pank.*⁷⁰

Menurut RS pedagang Kelurahan Kalampangan ramah-ramah, tetapi RS pernah menemukan seorang penjual yang menawarkan buahnya dengan harga tinggi namun diturunkan dengan alasan buah yang dijual adalah buah terakhir dan kasian dengan pembeli karena jauh. Karena buah yang dicari kurang RS membeli buah di tempat lain dan ketika bertanya harga RS merasa terkejut, karena harganya murah dari yang ia beli pada penjual pertama. Namun ketika bertransaksi ada sebuah mobil yang mampir dan bertanya harga buah tersebut dan penjual menyebutkan harganya dengan lebih mahal dari yang ia tanyakan. Dan ketika penjual menyerahkan buah tersebut ke RS hanya menyebutkan harganya dan tidak menyebutkan berat timbangannya.

HN menyatakan “*penjual di Kelurahan Kalampangan ramah-ramah orangnya mbak, belum pernah sih mbak menemukan penjual yang seperti itu, kalo memang ada saya rasa kasian yang beli mbak, hak sebagai pembeli kaya nggak sama. Kan kalo kita beli, kita maunya sama harganya nggak usah membedakan kya gitu kecuali kita yang nawar harganya tapi tergtung penjualnya lagi mau atau nggak. klo menurut saya nggak boleh jualan kaya gitu mbak, karena yang untung*

⁷⁰ Hasil wawancara dengan RS di Kelurahan Kalampangan Kecamatan Sebangau, Kamis, 06 April 2017.

*penjualnya mbak sedangkan dalam Islam yang saya tau nih mbak nggak boleh untung hanya salah satu kan harus sama-sama untung.*⁷¹

Menurut HN penjual di Kelurahan Kalamancangan ramah-ramah. Belum pernah menemukan penjual yang membedakan harga antara yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki. Kalau memang ada kasian yang membeli hak sebagai pembeli tidak sama. Karena kalau kita pembeli ingin harganya sama tidak perlu membedakan harga seperti itu, kecuali memang kita sebagai pembeli menawar harga dan itupun tergantung penjual mau atau tidak mengurangi harganya.

SG menyatakan: *“mun di Kalamancangan to ramah-ramah ja pank, kada suah tadapat penjual yang membedakan harga, kalo memang ada kasian yang beli, hak sebagai pembeli kaya nggak sama. Kan kalo kita beli, kita maunya sama harganya nggak usah membedakan kaya gitu.*

Menurut SG penjual di Kalamancangan ramah-ramah. Belum pernah menemukan penjual yang membedakan harga antara yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki. Kalau memang ada kasian yang membeli hak sebagai pembeli tidak sama. Karena kalau kita pembeli ingin harganya sama tidak perlu membedakan harga seperti itu

Pernyataan pedagang dan pembeli maka transaksi tersebut seharusnya dihindari karena tidak layak apabila membeda-bedakan

⁷¹ Hasil wawancara dengan HN dan SG di Kelurahan Kalamancangan Kecamatan Sebangau, Kamis, 06 April 2017.

harga, karena pembeli menginginkan hak yang sama baik itu harga maupun kualitas buah kecuali pedagang ingin bersedekah kepada pembeli maka hal itu sangat dianjurkan.

C. Analisis Data

1. Analisis Penetapan Harga yang Dilakukan Pedagang Buah Kelurahan Kalampangan

Menurut Fandy Tjiptono, metode penetapan harga dikelompokkan menjadi empat macam berdasarkan basisnya, yaitu berbasis permintaan, biaya, laba, dan persaingan.

a. Metode penetapan harga berbasis permintaan

Lima tempat objek peneliti dalam penelitian ini terdapat dua responden yang menetapkan harga berbasis permintaan yaitu MR dan SM bahwa menetapkan harga tergantung berapa harga beli dan apabila permintaan banyak buah sedikit maka harga buahnya naik dan harga jual naik tetapi apabila ada buah yang sudah busuk atau tidak layak dijual maka akan dijual dengan harga modal, yang mana pedagang menaikkan harga apabila permintaan banyak dan buah sedikit begitu juga sebaliknya apabila permintaan banyak dan buah banyak maka harga akan standar atau menurun.

SR, SH dan DT dalam menetapkan harga yaitu melihat dari modal awal, kondisi buah dan apabila membelinya di tempat yang harus mengeluarkan uang maka akan di tambah perhitungannya. Buah yang sudah tidak segar lagi maka akan dijual dengan harga awal pembelian.

Pernyataan di atas terdapat dua responden yang menetapkan harga mempertimbangkan permintaan konsumen. Tiga responden lainnya menetapkan harga tidak mempertimbangkan permintaan konsumen. Dua responden sesuai dengan teori di bab 2 yang mana dalam menetapkan harga ada beberapa hal yang harus di pertimbangkan yaitu salah satunya adalah pertimbangan harga berbasis permintaan.

b. Metode penetapan harga berbasis biaya

MR dalam menetapkan harga selain mempertimbangkan permintaan konsumen juga mempertimbangkan biaya pengeluaran untuk memperoleh buah yaitu biaya transportasi. Hal serupa dilakukan oleh SR yaitu mempertimbangkan biaya pembuatan tempat berdagang. SM, SH dan DT dalam menetapkan harga tidak mempertimbangkan biaya karena ketiga responden tersebut membeli dengan petani setempat dan dari pedagang yang menggunakan mobil book.

Pernyataan di atas terdapat dua responden yang menetapkan harga mempertimbangkan biaya karena kedua responden tidak hanya membeli kepada petani setempat tetapi juga kepada petani diluar daerah dengan alasan petani setempat sudah mematok harga terlalu tinggi sehingga pedagang bingung untuk menjual dengan harga berapa. Tiga responden lainnya menetapkan harga tidak mempertimbangkan biaya karena hanya membeli kepada petani setempat. Dua responden sesuai dengan teori di bab 2 yang mana dalam menetapkan harga ada beberapa

hal yang harus di pertimbangkan yaitu salah satunya adalah pertimbangan harga berbasis biaya.

c. Metode penetapan harga berbasis laba

SH dalam menetapkan harga melihat dari modal awal dan kondisi buah, yang penting mendapat keuntungan seribu atau dua ribu dari modal awal agar buah yang dijual cepat laku. Dan apabila buah tidak segar lagi dijual dengan harga modal. Hal serupa juga dinyatakan oleh SR, SM, MR dan DT bahwa dalam menetapkan harga melihat dari modal awal dan kondisi buah, yang penting mendapat keuntungan dari modal awal agar buah yang dijual cepat laku. Dan apabila buah tidak segar lagi dijual dengan harga modal.

Pada pernyataan lima responden di atas adalah tidak ada yang menetapkan harga tidak mempertimbangkan laba, karena salah satu tujuan dari transaksi jual beli adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba. Keuntungan yang diperoleh tersebut untuk memperkembangkan dagangan.

d. Metode penetapan harga berbasis persaingan

SR dan MR dalam menetapkan harga selain mempertimbangkan modal awal dan kondisi buah, yang penting mendapat keuntungan dari modal awal agar buah yang dijual cepat laku jika harga pedagang lain naik atau harga pasar memang naik maka akan dijual dengan harga pasar atau harga pesaing.. Hal serupa juga dinyatakan oleh SH, SM dan DT dalam menetapkan harga melihat dari

modal awal dan kondisi buah, yang penting mendapat keuntungan dari modal awal agar buah yang dijual cepat laku dan harga pesaing atau pedagang lain.

Pernyataan lima responden di atas adalah tidak ada yang menetapkan harga tidak mempertimbangkan harga pesaing, karena harga pesaing adalah patokan untuk menentukan harga jual agar tidak jauh berbeda dengan yang lain.

e. Metode penetapan harga berdasarkan penampilan konsumen

Lima tempat objek penelitian dalam penelitian ini peneliti dapat menyimpulkan penetapan harga yang dilakukan pedagang buah di Kelurahan Kalamangnan seperti yang dinyatakan oleh MR, SR, dan SH bahwa dalam menetapkan harga buah adalah memperhitungkan dari modal awal/ harga awal buah dan kondisi buah maka akan ditetapkan berapa keuntungan yang ingin diambil. Namun SM dan DT dalam menetapkan harga terdapat perbedaan, selain modal awal dan kondisi buah mereka menetapkan harga buah dengan melihat penampilan konsumen yaitu membedakan harga antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki. pernyataan responden dari setiap tempat pedagang buah, yang pada intinya mereka mengatakan bahwa dalam menetapkan harga melihat dari modal awal/ harga awal, permintaan konsumen, kondisi buah, harga pesaing, keuntungan yang ingin diambil dan ada yang melihat dari penampilan konsumen yaitu yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki, yang artinya pedagang buah selain

menetapkan harga yang sering digunakan ternyata ada yang menggunakan cara lain untuk menetapkan harga.

Inti dari pernyataan semua responden tersebut semuanya tidak jauh berbeda dalam menetapkan harga dari teori penetapan harga yang peneliti tuangkan dalam bab 2 yaitu harga yang berbasis permintaan, biaya, laba, dan pesaing. Hanya saja ada pedagang yang menetapkan harga membedakan antara yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki. Metode ini adalah sesuai dengan hasil observasi dari tanggal 12 sampai dengan 14 februari 2017 pada halaman 42.

2. Analisis Latarbelakang Pedagang Buah dalam Menetapkan Harga

Sesuai pada bab 2 halaman 22 keberkahan merupakan kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT. Untuk memperoleh keberkahan dalam bisnis, Islam mengajarkan etika berbisnis. Berbisnis bukan hanya keuntungan semata yang dicari tetapi juga keberkahan dalam berbisnis. Berikut rumus penetapan harga yaitu

$\text{Harga beli} + \text{keuntungan} = \text{harga jual}$

Tidak banyak perbedaan yang ditemukan peneliti pada latarbelakang pedagang buah dalam menetapkan harga seperti halnya yang dinyatakan responden SH bahwa alasan menetapkan harga adalah untuk mendapat keuntungan dan keuntungan tersebut diperoleh dari harga beli dan kondisi buah. MR dan SR menyatakan hal yang serupa yaitu untuk memperoleh keuntungan atau laba. Namun terdapat perbedaan dengan

responden SM dan DT yaitu selain mengambil keuntungan dari harga beli/modal awal, kondisi buah, dan harga pesaing mereka mengambil keuntungan dari penampilan konsumen antara yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki. Keuntungan yang dihasil dari menjual buah yang mengklasifikasikan konsumen adalah untuk menambah modal dan menutupi kerugian dari buah yang busuk atau tidak layak dijual.

Lima pernyataan responden dapat peneliti menyimpulkan bahwa latar belakang dalam menetapkan harga selain untuk mendapat keuntungan yaitu untuk menambah modal usaha dan menutupi kerugian apabila ada buah yang busuk atau tidak layak untuk dijual kembali. Hal tersebut tidak bertentangan dengan etika bisnis Islam yang mana penjual memperhitungkan agar tidak mengalami kerugian. Hanya saja cara memperoleh keuntungan untuk menambah modal dan menutupi kerugian yang harus diperhatikan penjual dalam berdagang. Karena pembeli menginginkan hak yang sama terhadap informasi yang disampaikan penjual. Hal ini sesuai yang nyatakan pembeli HN dan SG yaitu pembeli menginginkan hak yang sama karena pembeli menginginkan informasi yang sama pada penjual, kecuali pembeli menawar harga dan itupun tergantung penjual ingin mengurangi harga atau tidak.

3. Analisis Penetapan Harga Berdasarkan Klasifikasi Konsumen Menurut Etika Bisnis Islam

Bisnis adalah suatu usaha produktif yang dilaksanakan oleh organisasi atau individu baik berupa barang ataupun jasa yang dapat

diambil manfaat oleh konsumen dengan memberikan profit atas usaha atau jasa yang diberikan.

Walaupun bisnis berfungsi untuk meraih keuntungan, namun di dalam Islam ada rambu-rambu dalam berbisnis yang diatur melalui etika Islam. Etika memiliki guna yang kompleks dalam bisnis Islam, dalam konteks ekonomi dan bisnis, etika tidak hanya menyangkut wawasan dan pemahaman tentang norma-norma ekonomi dan pengaturan organisasi bisnis, tetapi juga terkait erat dengan nilai-nilai religius yang mengatur aspek dan sosial. Berikut ini diuraikan analisis terhadap perilaku bisnis pedagang Buah Tradisional di Kelurahan Kalamang:

1. Ditinjau dari Prinsip Otonomi

Pedagang buah Tradisional di Kelurahan Kalamang dalam menetapkan harga ada yang menggunakan prinsip otonom, sebagaimana yang dinyatakan oleh SR, MR, dan SH bahwa apabila jualan tidak pernah mengikuti teman yang kadang-kadang membedakan harga jual dengan pembeli yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki karena mereka yakin bahwa rezeki tidak kemana-mana.

Pendapat responden diatas menyatakan bahwa ia menanamkan dalam dirinya prinsip otonom, yakni bertindak bebas namun tetap etis dan bertanggung jawab terhadap apa yang ditetapkannya. Walaupun dalam menetapkan harga sebenarnya tidak ada aturan dan ketentuan yang berlaku dalam agama, tetapi bertindak

etis dan bertanggung jawab serta jujur merupakan hal yang dianjurkan oleh agama agar apa yang dihasilkan mendapatkan berkah. SM dan DT memiliki prinsip kebebasan dalam berjualan, hanya saja kebebasan yang mereka lakukan belum bisa dikatakan etis dan bertanggungjawab serta jujur.

Dari pendapat semua responden diatas dapat peneliti menyimpulkan bahwa tiga responden yang menanamkan prinsip otonom yang etis dan bertanggungjawab serta jujur. Dua responden menanamkan prinsip kebebasan yang belum bisa dikatakan otonom yaitu etis dan bertanggungjawab serta jujur.

2. Ditinjau dari Prinsip Kejujuran

Rasulullah SAW telah menentukan indikator jual beli yang mabrur dalam sebuah hadis Nabi yang berasal dari Rafi' menurut riwayat al Bazar yang sahkan oleh al-Hakim:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رواه البزار وصححه الحاكم)

Artinya:”Dari Rifa’ah bin Rafi’ ra (katanya) “sesungguhnya Nabi SAW pernah ditanya masalah usaha yang paling baik? Beliau menjawab ialah amal usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan jual beli yang baik dan jujur)” (HR. Al-Bazar dan disahihkan oleh Hakim).

Berdagang dikenal istilah “menjual dengan amanat” yaitu penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangannya

kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya.⁷² Salah satu etika berdagang adalah bersikap jujur. Rasulullah bersabda “Penjual dan pembeli memiliki hak memilih selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan apa adanya, mereka akan mendapat berkah dari jual belinya. Namun, jika mereka saling menyembunyikan sesuatu dan berdusta, keberkahan akan lenyap. Seperti yang dinyatakan SR, MR dan SH bahwa tidak pernah membedakan harga jual dengan pembeli yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki karena khawatir tidak mendapat berkah.

Responden diatas menanamkan dalam dirinya prinsip kejujuran dalam bisnisnya, karena dengan kejujuran akan menghasilkan keuntungan yang berkah. Selain itu, kejujuran akan menanamkan rasa saling percaya satu sama lainnya.

SM dan DT yang membedakan harga antara pembeli yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki tidak jujur kepada pembeli dalam hal informasi harga jual buah.

Dari semua pernyataan responden diatas dapat peneliti menyimpulkan bahwa terdapat tiga responden yang bersikap sangat jujur kepada pembeli yang mana informasi yang disampaikan sama. Dua responden bisa dikatakan tidak jujur dalam hal informasi harga jual buah.

3. Ditinjau dari Prinsip Keadilan

⁷² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam...*, h. 175-177.

Prinsip ini menuntut agar kita memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya. Prinsip ini mengatur agar kita bertindak sedemikian rupa sehingga hak semua orang terlaksana secara kurang lebih sama sesuai dengan apa yang menjadi haknya tanpa saling merugikan.

Seperti yang terjadi di Kelurahan Kelampangan Kecamatan Sebangau, ada sebagian pedagang yang dalam transaksinya terjadi perbedaan penetapan harga antar konsumen dilihat dari segi penampilannya seperti yang dinyatakan DT kalau dalam berjualan harga dinaikkan sedikit dengan pembeli yang menggunakan mobil dan motor. Hal serupa juga dilakukan oleh SM untuk menutupi buah yang busuk atau tidak layak dijual dan menambah modal maka harga terhadap konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki dibedakan.

SR, MR, dan SH kalau dalam berjualan tidak pernah membedakan harga antara pembeli yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki atau harga dinaikkan sedikit dengan pembeli yang menggunakan mobil dan motor. Mereka tidak ingin berlaku tidak adil terhadap konsumen karena cara berjualan yang membedakan harga antara pembeli yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki akan mengurangi rasa kepercayaan konsumen dan membuat pelanggan berkurang.

Dari pernyataan diatas terdapat dua responden tidak bisa dikatakan mereka berlaku tidak adil atau sebaliknya namun transaksi tersebut seharusnya dihindari karena tidak layak apabila membedakan harga dengan melihat dari penampilan konsumen kecuali ingin bersedekah, seharusnya informasi yang disampaikan kepada pembeli sama baik itu harga dan kualitas buah. Tiga responden berlaku adil karena mereka tidak ingin kehilangan kepercayaan pelanggan.

4. Ditinjau dari larangan *Ikhtikar*

Ikhtikar yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Pedagang buah di Kelurahan Kalamancangan meskipun ada yang membedakan harga jual antara pembeli yang menggunakan mobil, motor dan jalan kaki seperti halnya yang dilakukan oleh SM dan DT tetapi yang mereka lakukan tidak sesuai dengan teori larangan *ikhtikar* karena keuntungan yang diambil responden belum termasuk *ikhtikar* yang dimaksud dalam teori larangan *ikhtikar* pada bab 2. SR, MR, dan SH tidak termasuk orang yang *ikhtikar* karena mereka dalam berjualan melihat harga pesaing.

5. Ditinjau dari larangan *Tadlis*

Dari lima tempat objek penelitian dalam penelitian ini dapat peneliti menyimpulkan bahwa larangan *tadlis* seperti diteori bab 2 bahwa transaksi *tadlis* ada beberapa bentuk. Pertama, *tadlis* dalam

bentuk kuantitas, kedua *tadlis* dalam bentuk kualitas, ketiga *tadlis* dalam bentuk harga.

Pernyataan kelima responden peneliti yaitu SM, MR, SR, SH dan DT tidak ada *tadlis* dalam bentuk kuantitas dan kualitas namun menurut hemat peneliti pada poin ketiga *tadlis* dalam harga ada yang terkait dengan responden peneliti seperti transaksi yang dilakukan oleh DT dan SM yang membedakan harga antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki. Transaksi yang dilakukan DT dan SM adalah tidak menyampaikan harga jual dengan sebenarnya kepada pembeli, karena pembeli berhak mendapatkan informasi yang sama terhadap kuantitas, kualitas dan harga barang.

6. Ditinjau dari larangan melipatgandakan harga jual

Pada dasarnya pelipatan harga dibolehkan karena jual beli adalah aktivitas untuk mendapatkan keuntungan. Hal itu tidak terlepas dari unsur menjual barang dengan menaikkan harganya. Jika pembeli menambah harga suatu barang karena senangnya terhadap barang itu atau karena ia sangat membutuhkannya, maka penjual harus mencegahnya, dua hal itu termasuk ihsan.

Pedagang buah di Kelurahan Kalampangan meskipun dalam berjualan ada yang membedakan harga jual terhadap pembeli yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki tetapi tidak ada yang termasuk melipatgandakan harga jual yang dimaksud pada teori bab 2 karena harga yang dinaikkan masih dalam kategori wajar.

Memang dalam menetapkan harga agama tidak pernah memberikan standarisasi yang harus menjadi patokan para pedagang, namun etika dalam berdagang menjadi kunci utama para pedagang dalam menjalankan usahanya, agar terciptanya transaksi yang sehat dan mendapatkan berkah dari hasil perdagangannya.

Pedagang buah tradisional memiliki kelebihan, yaitu:

1. Tawar-menawar
2. Buahnya bisa dicoba
3. Lokasi di pinggir jalan memudahkan pembeli

Menurut peneliti transaksi yang dilakukan pedagang buah tradisional di Kelurahan Kalamangan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, namun ada sebagian yang melakukan transaksi jual beli terhadap konsumen dengan cara membedakan harga jual antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki. Transaksi tersebut seharusnya dihindari karena pembeli yang menggunakan mobil belum tentu milik sendiri bisa jadi hanya supir saja. Menggunakan motor belum tentu tidak memiliki mobil bisa jadi karena tidak terlalu jauh maka pembeli memutuskan membeli dengan menggunakan motor. Pembeli yang jalan kaki bisa jadi mempunyai ekonomi yang baik, oleh sebab itu pedagang tidak boleh memutuskan bahwa pembeli tersebut orang yang mempunyai ekonomi yang baik apabila hanya melihat dari penampilan saja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian tentang penetapan harga berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam maka dapat penulis simpulkan bahwa :

1. Mayoritas para pedagang buah Tradisional di Kelurahan Kalamancangan dalam menetapkan harga tidak pernah ada rapat untuk menyepakati setiap harga buah yang akan dijual, akan tetapi kisaran harga di antara para pedagang tidak jauh berbeda.
2. Latar belakang para pedagan buah Tradisional dalam menetapkan harga buah adalah melihat dari beberapa aspek, yaitu modal, kualitas buah, dan harga pesaing. Dari beberapa aspek tersebut yang paling dominan dilakukan para pedagang adalah melihat modal dan kualitas buah. Namun tidak jarang ada juga pedagang buah yang menetapkan harga buah melihat dari penampilan para konsumennya.
3. Penetapan harga berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam yang dilakukan oleh sebagian para pedagang buah Tradisional di Kelurahan Kalamancangan terhadap konsumen dengan cara membeda-bedakan harga jual antara konsumen yang menggunakan mobil, motor, dan jalan kaki, seharusnya transaksi tersebut dihindari karena tidak layak apabila membeda-bedakan. Lain halnya pedagang bersedekah kepada pembeli maka hal itu sangat dianjurkan.

B. Saran

1. Pihak Pedagang

- a. Mempertahankan citra pedagang Kelurahan Kalamangan yang sudah mengutamakan prinsip syariah dalam menjalankan sistem jual belinya. Didasari dengan kejujuran dalam jual beli dan kepercayaan dari para konsumen, serta turut mendorong pedagang lain untuk menjunjung tinggi sikap adil dan kejujuran dalam berdagang atau pada saat transaksi dilakukan.
- b. Memperbaiki cara bertransaksi yaitu dalam pemasaran suatu dagangan yang senantiasa memenuhi semua landasan Islam sehingga dapat berjalan dengan baik, jujur, adil dan tidak ada pihak yang merasa dirugikan maupun ada salah satu yang diuntungkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Penelitian ini tidak bisa digeneralisasi untuk semua pedagang yang ada di Indonesia karena penelitian ini menggunakan studi kasus yang ada pada pedagang di Kelurahan Kalamangan Kecamatan Sebangau. Sehingga hasilnya tidak bisa digunakan untuk menilai selain pada pedagang di Kelurahan Kalamangan.
- b. Penelitian ini membahas penetapan harga berdasarkan klasifikasi konsumen menurut etika bisnis Islam, diharapkan penelitian lain dapat tergugah untuk meneliti atau memperluas pembahasannya bukan hanya melihat dari pelaksanaan pedagang dalam menetapkan harga dan penetapan harga yang berdasarkan klasifikasi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Quran

Kementrian Agama RI, Alwasim : *Al-qur'an Tajwid Kode, Transiletrasi Per Kata, Terjemahan Per Kata*, Kota Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2013.

B. Buku

A Karim, Adiwarmarman,. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2003.

A. Karim, Adiwarmarman,. *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Pers, 2007.

Abdullah, Boedi,. *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.

Abdullah, Thamrin,. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012.

Ahmad, Mustaq,. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-kautsar, 2001.

Ali Ash- Shabuni, Syaikh Muhammad,. *Shafwatut Tafasir : Tafsir-Tafsir Pilihan (Jilid 5) Al Fath-An Naas; Penerjemah KH Yasin*, Jakarta Timur : Pustaka Al-Kautsar, 2011.

Alma, Buchari,. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: CV. Alfabeta, 2005.

Al-Mahalliy, Imam Jalalud-din., & Imam Jalalud-din As-Suyuthi diterjemahkan oleh Bahrin Abubakar, *Terjemah Tafsir Jalalain Berikut Asbaabun Nuzu Ayat Surat Az Zumar s.d. Surat An Naas Jilid 4*, Bandung : C.V. Sinar Baru, 1990.

Amalia, Euis,. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam: Dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*, Jakarta: Gramata Publishing, 2010.

Arijanto, Agus,. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Arikunto, Suharsimi,. *Manajemen Penelitian*, Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2003.

Aziz, Abdul,. *Ekonomi Islaam Analisis Mikro & Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

- Ghazali, Abdul Rahman,. dkk, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Hadi, Sutrisno,. *Metodologi Research II*, Yogyakarta: Yasbi Fak. Psikologi UGM, 1989.
- Jabir El-Jazairi, Abu Bakar,. *Minhajul Muslim*, diterjemahkan oleh Rachmat Djanika dan Ahmad Supeno, *Pola Hidup Muslim: Muamalah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1991.
- M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Manulang, M., *Pengantar Bisnis*, Jakarta Barat: Permata Puri Media, 2013.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdarya, 2004.
- Moleong, Lexy J. ., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdarya, 2001.
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, yogyakarta : Unit penertbitan dan percetakan akademi manajemen perusahaan, 2004.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2003.
- Mulyadi, *Akuntansi Biaya*, Yogyakarta : BPF-UGM, 2007.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Qadir, Abdul,. *metode Penelitian Riset Kualitatif*, Palangkaraya: STAIN, 1999.
- Qardhawi, Yusuf,. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, cet. 1, Jakarta: Gema Insani Press, 1997..
- Rivai, Veithzal,. Amiur Nurrudin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business And Economic Ethics : Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi*, Jakarta: Cahaya Prima Sentosa, 2012.

Rivai, Veizhal,. dkk, *Islamic Business Economic Ethichs*, Jakarta: Buni Aksara, 2012.

S. Nasution, *Metode Research*, Jakarta: Bimu Aksara, 1996.

Sabiq, Sayyid,. *Fikih Sunnah*, diterjemahkan dari buku aslinya berjudul “Fiqhus Sunnah” penerjemah Abu Syaqqina & Abu Aulia Rahma, Jakarta: Tinta Abadi Gemilang, 2013.

Sabiq, Sayyid,. *Fikih Sunnah*, diterjemahkan dari buku aslinya berjudul “Fiqhus Sunnah” penerjemah Abu Syaqqina & Abu Aulia Rahma, Jakarta: Tinta Abadi Gemilang, 2013.

Subagyo, Joko,. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2004.

Suprayogo, Imam, dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial – Agama*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2003.

Supriadi, Akhmad,. *Etika Ekonomi dan Bisnis dalam Al-Qur’an: Sebuah Panduan Etik dan Moral untuk Menggapai Sukses Dunia & Akhirat*, Yogyakarta: Kanwa Publisher, 2014.

Suyanto, Bagong. *Metode Penelitian Sosial: Bergabai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Prenada Media, 2005.

Tjiptono, Fandy,. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Penerbit Andi, 1997.

C. Jurnal

Koni, Wiwin,. *Etika Bisnis Islam dan Solusi Islam dalam Krisis Ekonomi Global*, Al-Buhuts: Volume 11 Nomor 1 Juni Tahun 2015.

D. Internet

As-Syarif, Solihin, Etika Bisnis Islam, di akses dari http://duniailmuweb.blogspot.co.id/2012/05/bab-i-pendahuluan_29.html (online pada hari Minggu 6 September 2015, pukul 08.23 WIB).

As-Syarif, Solihin., Etika Bisnis Islam, di akses dari website: http://duniailmuweb.blogspot.co.id/2012/05/bab-i-pendahuluan_29.html (online pada hari Minggu 6 September 2015, pukul 08.23 WIB).

Ilyas, Yazirman,. Perdagangan dalam Al-Quran dan Hadis (sistem perdagangan dalam Islam) di akses dari :<http://www.metrojambi.com/v1/home/kolom/20560-perdagangan-dalam-al-quran-dan-hadits-sistem-perdagangan-dalam-islam.html> (online 19 Januari 2016, pukul 20.02 WIB).

wahyudi, Hari,. Ekonomi Islam : Etika Bisnis Islam,di akses dari website: <http://blajarekonomiislam.blogspot.co.id/2012/12/etika-bisnis-islam.html>, (Online Pada hari Senin 7 September Pukul 14.28 WIB).