

Implementasi etika bisnis islam pedagang dalam menjamin kestabilan harga dan daya beli masyarakat di masa new normal

Muyassarrah¹, Moh. Fauzi²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

²Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang

¹Email: muyassarrah@walisongo.ac.id/WA

²Email: moh_fauzi@walisongo.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam tentang keberadaan pedagang terhadap stabilitas harga dan daya beli masyarakat di masa new normal. Penelitian bersifat kualitatif dan objek penelitian ini adalah pedagang pasar Minggu JB. Salatiga. Metode penulisan ini menggunakan berbagai bentuk seperti wawancara, dokumentasi, observasi dan penelusuran literatur kepustakaan digunakan dalam rangka untuk mengumpulkan data. Penganalisaan yang dilakukan peneliti agar ilmiah maka dengan kritis dan kreatif dengan melakukan mondar-mandir antara metode yang melalui kesimpulan yang logis dan dengan metode penggalan data kemudian dievaluasi untuk menyimpulkan. Adapun penelitian yang penulis teliti untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam tentang keberadaan pedagang terhadap stabilitas harga dan mengetahui keberadaan pedagang terhadap daya beli masyarakat.

Kata Kunci: Pedagang; stabilitas harga; daya beli; implementasi etika bisnis islam

Implementation of traders' islamic business ethics in ensuring price stability and public purchasing power in the new normal

Abstract

The purpose of this study was to determine the implementation of Islamic business ethics regarding the existence of traders on price stability and purchasing power of the people in the new normal era. This research is qualitative and the object of this research is the Sunday market traders JB. Salatiga. This writing method uses various forms such as interviews, documentation, observation and literature search used in order to collect data. The analysis is carried out by researchers to be scientific so critically and creatively by pacing between methods that go through logical conclusions and with methods of extracting data then evaluated to conclude. The research that the author is careful about is to determine the implementation of Islamic business ethics about the existence of traders on price stability and to know the existence of traders on people's purchasing power.

Keywords: Traders; price stability; purchasing power; implementation of Islamic business ethics

PENDAHULUAN

Sebelum wabah corona melanda Indonesia, pasar JLSalatiga sangat ramai sekali baik demand dan supply Kondisi pasar JLS Salatiga semakin hari penjual dari luar kota semakin banyak dan pembeli juga semakin banyak di masa New Normal dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Pasar JLS Salatiga antara penjual dan pembeli terjalin kerjasama. Dalam proses niaga terdapat manfaat yang besar antara penjual yang menjajakan dagangannya agar terjual habis sesuai dengan harga yang diharapkan dan konsumen mendapatkan manfaat barang yang dibelinya (Ahmad, 2000), untuk memenuhi kebutuhan dengan mendapatkan harga barang yang sama nilainya dengan uang yang diberikan pada penjual. Apakah keberadaan pedagang pasar JLS Salatiga mengimplementasikan prinsip ekonomi Islam seperti sifat jujur, benar dan tidak melakukan kecurangan atau tadelis dalam mencari rezeki melalui berdagang (Karim, 2015). Jual beli harus memenuhi syarat dan rukun serta harus dilakukan dengan dasar saling rela dan tidak ada unsur paksaan, selain itu juga harus mendatangkan manfaat atau masalah dan menghindari mudharat serta memelihara keadilan serta menghindari unsur pengambilan kesempatan.

Stabilitas harga adalah mempertahankan harga tetap dan salah satu program kebijakan pemerintah yang dipertahankan guna untuk mencapai standart kelayakan hidup masyarakat (Sukirno, 2011), namun ketika terjadi penurunan harga terhadap barang yang dijual, harga barang dipasar tidak berespon secara proporsional. Hal tersebut akan mendorong perilaku pedagang praktek persaingan tidak sehat yang dilakukan oleh para pedagang di pasar, sehingga mengkondisikan harga barang relatif tetap tinggi meskipun barang yang dijual modal awalnya mengalami penurunan harga yang signifikan. Hal tersebut akan menyebabkan pembeli tidak akan datang ke dua kalinya, karena harga yang diterimanya sangat mahal dengan harga ditempat lain. Harga ditentukan adanya kekuatan permintaan dan penawaran terhadap barang di pasar (Sukirno, 2011). Harga akan stabil tidak hanya bergantung pada kebijakan pemerintah tetapi ditangan para pedaganglah yang bisa menstabilkan harga jikalau pedagang memiliki karakter etika bisnis Islam.

METODE

Dalam penelitian ini, digunakan penelitian yang bresifat kualitatif, berdasarkan data primer. Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari objeknya yakni keberadaan pedagang. Dalam penelitian ini, selain mendasarkan pada penelitian lapangan, penulis juga melakukan penelaahan terhadap peraturan perundangan, keppres, dan buku-buku referensi yang berkaitan dengan perkembangan keberadaan pedagang di Jalan Lingkar Selatan Salatiga dan dampaknya terhadap perkembangan ekonomi sekitar Jalan Lingkar Selatan Salatiga.

Sehingga data yang diperoleh baik melalui studi lapangan maupun studi dokumen, pada dasarnya merupakan data tataran yang dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu setelah data terkumpul kemudian dituangkan dalam bentuk uraian logis dan sistematis, selanjutnya dianalisis untuk memperoleh kejelasan penyelesaian masalah, kemudian ditarik kesimpulan secara deduktif, yaitu dari hal yang bersifat umum menuju hal yang bersifat khusus (Elif Pardiansyah, 2014).

Dengan kata lain subyek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung obyek penelitian (Sukandarrumidi, 2002). Subyek penelitian ini adalah:

Penasehat paguyuban pedagang JLS Salatiga;

Pedagang dan masyarakat Jalan Lingkar Selatan Salatiga; dan

Pengunjung/ pembeli sekitar Jalan Lingkar Selatan Salatiga.

Jenis penelitian kualitatif yang bersifat riset lapangan dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Data utama/primer diperoleh dari sumber wawancara dari penelitian ini meliputi Penasehat paguyuban pedagang JLS Salatiga, pedagang berada di sekitar Jalan Lingkar Selatan, masyarakat dan pembeli sekitar Jalan Lingkar Selatan Salatiga; dan

Data sekunder diperoleh dengan mempelajari literature-literatur yang berkaitan persoalan yang diteliti oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasca Corona keberadaan pedagang tidak berhimpitan diberi jarak sehingga antara bahu jalan timur dan barat semakin memanjang, agar pihak paguyuban bisa mengatur keberadaan jarak para pedagang, memberikan pengumuman agar para pedagang datang tidak boleh lebih jam 06.00 WIB.

Pedagang tetap

Pedagang yang mempunyai tempat usaha tetap yang berbentuk bangunan sederhana dan setiap hari buka, pedagang tetap di pinggir JB bermodal cukup besar. Berbagai jenis usaha yang dilakukan antara lain di sektor kuliner, bengkel, tanaman hias, warung atau toko kelontong dan lain-lain.

Pedagang tidak tetap

Yaitu pedagang yang hadir hanya setiap hari Minggu saja, adapun tempat usahanya berbentuk terpasangnya lapak atau di atas mobil. Dari uraian tersebut setiap hari Minggu jalan lingkaran selatan di Pulutan berubah menjadi pasar JB, Berdasarkan pengamatan bahwa pedagang tidak tetap mayoritas berasal dari luar Pulutan atau pendatang. Pengunjung diharapkan membeli barang yang dijualnya yang bisa meningkatkan daya tarik pembeli, Terbukti pedagang tetap jualan setiap hari tapi pendapatan rendah jika dibandingkan dengan jualan di hari Minggu. Bisa dikatakan pendapatan sehari di pasar JB sama pendapatannya dengan berjualan selama seminggu di pasar Salatiga (Wawancara dengan HM. Syafi'i tokoh masyarakat sebagai penasehat paguyuban pasar Margo Rejo pada tanggal 5 Juli 2020.). Persaingan antar pedagang sangat ketat, namun para pedagang di pasar ini unik justru adanya kerja sama dan mengambil untung wajar agar keberadaan mereka bisa berdagang kontinyu.

Stabilitas harga

Pasar merupakan pertemuan antara pembeli dan penjual dengan transaksi yang transparan merupakan upaya menstabilkan harga, sehingga banyak pasar yang tumbuh baik yang bersifat modern maupun tradisional akan semakin stabil harga. Sehingga banyak pedagang yang mengisi pasar secara otomatis harga barang yang ada di pasar stabil. Tempat atau lokasi JB merupakan tempat yang mempermudah distribusi kebutuhan pokok. Tujuan keberadaan pedagang di JB untuk meningkatkan pendapatn ekonomi orang yang berdagang di JB Salatiga. Banyaknya pembeli dari berbagai daerah mampu mendongkrak dan memperlihatkan harga kebutuhan pokok relatif stabil. Saya bersama keluarga sering hari Minggu ke pasar JB sini untuk refreasing, pasar JB sangat menarik karena ramainya mengungguli pasar kota Salatiga. Saya suka di pasar JB sini karena banyak pedagang yang berjualan aneka macam kebutuhan harian sekaligus harganya murah (Wawancara dengan pengunjung bapak Miftah berasal dari Kota Bringin pada tanggal 12 Juli 2020)

Mayoritas barang yang dijual di pasar JP harga stabil dan terjangkau oleh masyarakat karena didukung adanya distribusi yang mudah karena tersedianya transportasi mudah dan tempat yang strategi. Zaman sekarang pasar JB merupakan ikon yang dicari oleh masyarakat banyak(Wawancara dengan Bu Tuminah penjual kuliner soto ayam pada tanggal 12 Juli 2020)

Berdasarkan wawancara dengan penjual konveksi untuk menstabilkan harga tidak memainkan harga yang merugikan masyarakat dan merugikan pedagang dengan cara menawarkan dengan harga wajar dan mengambil keuntungan serendah-rendahnya (Wawancara dengan penjual konveksi 19 Juli 2019). Itulah cara pedagang JB untuk menstabilkan harga, pedagang tidak mengambil kesempatan dalam kesempatan misalnya barang yang mereka jual tidak ada pesaing mereka tidak menaikkan, pembeli membutuhkan barannya juga penawaran dengan harga murah. Jika pedagang tidak menjaga kestabilan harga maka pedagang tersebut akan ditinggalkan konsumen, awalnya satu dua konsumen yang meninggalkan atau menjauhi, maka lambat laun banyak konsumen yang akan meninggalkan pedagang yang merugikan pembeli.

Daya beli masyarakat pasar minggu pagi jb salatiga

Pedagang pasar JB menjual barang komoditas yang merupakan barang yang dikonsumsi masyarakat sekitar. Oleh karena itu barang komoditas yang dijual pedagang memiliki daya Tarik bagi masyarakat sekitar Pulutan. Keberadaan pedagang pasar JB memiliki beberapa strategi untuk mendongkrak daya beli masyarakat sangat tinggi (Wawancara dengan pedagang konveksi pada tanggal 12 Juli 2020)

Ada warga kota Semarang, dari Semarang mau ke Klaten sering mencari waktu di hari Minggu agar bisa berwisata dan berkuliner di pasar JB tempatnya di pinggir persawahan yang bagus. Di sini pedagangnya ramah, jujur dan harganya murah, saya pernah beli soto sama gorengan sangat murah sekali karena suami istri satu anak uang 20 ribu masih ada kembalian. Saya sempat tanya harganya berapa kok masih ada kembalian? Saya diterangkan kemudian saya bilang murah sekali, maka pedagang tersebut menjawab enak murah maka pembeli akan mencari dagangan saya mbak! (Wawancara pembeli dari Semarang mau ke Klaten pada tanggal 19 Juli 2020).

Kebijakan pemerintah mendongkrak dan menjaga stabilitas daya beli masyarakat. Namun keberadaan pedagang pasar JB juga mempunyai strategi untuk meningkatkan atau tetap daya beli masyarakat. Dengan cara tidak usah menawarkan harga barang dagangan saya lebih suka mematok harga pas tidak perlu nawar dengan harga tinggi dan kalo beli banyak biasanya beri bonus, misalnya tambah satu sunduk sate atau balungan alasan agar para pembeli baru maupun pelanggan datang ke sini untuk membeli dagangan saya, jika pedagang ada yang menawarkan tinggi karena cari untung banyak pasti tidak ada yang mendekat membeli dagangannya apalagi kalau pembelinya kelihatan kaya dipatok harga tinggi, maka pedagang tersebut dengan sendirinya tersinggir dari pasar JB alias tidak laku (Wawancara pedagang sate "Ayam Madura" pada tanggal 19 Juli 2020. Alhamdulillah pendapatan jual sate sehari di pasar JB sama dengan pendapatan saya selama satu minggu dengan jual keliling). Strategi pedagang untuk meningkatkan daya beli masyarakat ada beberapa larangan yang harus di jauhi dalam melayani pembeli, karena pembeli raja kita harus melayani sebaik-baiknya. Suatu saat saya beli buah manggis saat itu penjualnya baru sarapan pagi kemudian saya bilang diteruskan dulu sarapannya. Pedagang tersebut menyimpan sarapannya dan menjawab jangan sampai melayani pembeli sambil makan. Pedagang harus sopan menghargai pembeli, jangan berdebat, jangan meninggalkan pembeli, jangan janji dan lain-lain (Wawancara pedagang buah manggis pada tanggal 19 Juli 2020). Kerjasama antara pedagang dengan pedagang bahkan pedagang kerjasama dengan sebagaimana Al-Qur'an menganjurkan transaksi perdagangan memang harus dilakukan atas dasar "Taradin" yaitu dari sisi harga yang harus ditentukan oleh adanya kerelaan antara penjual dan pembeli.

SIMPULAN

Keberadaan pedagang dimasa new normal covid-19 menjalankan bisnis di uji karakternya tidak hanya mencari keuntungan belaka melainkan mencari keberlanjutan bisnisnya. Oleh karena itu pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dan larangan-larangan bisnis yang dilarang juga diterapkan oleh para pedagang agar tidak gulung tikar. keberadaan pedagang tidak hanya bekerja keras tapi dibutuhkan etika, oleh karena berdasarkan data yang peneliti kumpulkan bahwa strategi yang diterapkan prinsip-prinsip bisnis yang diterapkan Rasulullah yakni sifat jujur, rendah hati, beriman dan bertakwa merupakan strategi pertama dan pedagang tetap telaten, sabar, kerja keras, ulet, tangguh dengan berbagai resiko yang dialami merupakan strategi kedua. Kedua karakter tersebut dalam realitas sangat diperlukan bagi para pedagang untuk menstabilkan harga dan meningkatkan daya beli masyarakat sekitar. Karakter moral dan karakter kerja diterapkan artinya pedagang memiliki integritas sifat-sifat Rasulullah, jujur, amanah dan takwa sekaligus memiliki jiwa kerja keras, telaten dan semangat, tidak sebaliknya pedagang jujur tapi malas atau semangat kerja tinggi tapi curang.

Keberadaan pedagang dalam stabilitas harga, pedagang JB Salatiga memiliki strategi dalam menstabilkan harga yakni dengan karakter moral dan karakter kinerja mampu menstabilkan harga. Stabilitas harga merupakan kewajiban pemerintah tetapi secara tidak langsung supply dan demand mampu menjaga stabilitas harga tidak hanya tugas pemerintah. Pemerintah tetap memberikan sejumlah bantuan sosial (bansos) dan insentif kepada masyarakat, baik yang merupakan abdi negara maupun bukan. Kebijakan pemerintah relative tidak mempengaruhi stabilitas harga di pasar JB Salatiga, terbukti semakin hari pedagang semakin banyak jumlahnya dan diiringi juga semakin banyaknya jumlah pembeli.

Keberadaan pedagang dalam meningkatkan daya beli masyarakat, daya beli masyarakat di pasar JB termasuk bagus bila dibandingkan dengan pasar Jetis Salatiga yang memiliki tempat strategis dalam transportasi dan tempat yang bagus. Namun tidak bisa dipungkiri bahwa siklus perdagangan merupakan siklus ekonomi yang tidak bisa dipastikan peningkatan daya beli masyarakat. Perubahan ekonomi bisa

disebabkan oleh berbagai faktor misalnya tingkat pekerjaan, produktivitas, dan permintaan terhadap pasokan barang dan jasa di masyarakat sekitar kota Salatiga. Ada beberapa strategi pedagang dipraktekkan selain karakter moral dan karakter kinerja yakni:

Mematok harga pas dengan mengambil keuntungan kecil dengan tujuan agar semakin banyak pelanggan setia yang berkunjung di pasar JB Salatiga;

Pembelian dalam jumlah banyak mendapatkan bonus dengan tujuan pembeli suka membeli barang di pasar JB Salatiga dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan keluarga; dan

Mendongkrak stabilitas harga dan daya beli masyarakat ada beberapa larangan melayani pembeli misalnya: dilarang berpakaian sembarangan, dilarang melayani pembeli sambil makan, dilarang melayani pembeli dengan wajah cemberut, dilarang penjual berdebat dengan pembeli, dilarang penjual meninggalkan pembeli saat masih dilokasi, dilarang janji dan tidak membeda-bedakan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Almas, B. (2019). Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam. Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam (Vol. 8) <http://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/341>
- Deliarnov,(1997), Pemikiran Ekonomi. Jakarta: Raja Grapindo,
- E, Amalia,(2009), Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Febriana , Retno, (2018), Implikasi Fluktuasi Harga Terhadap Pendapatan dan Daya Beli Pedagang , Jurnal Iqtishaduna , Vol. XXIX No. 21/Mei 2018
- Garini, d. P.,(2018), Analisis Peran Insentif dan Daya Beli Masyarakat terhadap Produktivitas Kerja Karyawandalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada CV Prima Jaya Motor Dayamumi, Tulang Bawang Barat),
- Haris, Iyus Akhmad. ., & Kadek Rai Suwena,(2015),."Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Usaha Pedagang Kaki Lima di pantai Penimbangan Kecamatan Buleleng". Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, Vol. 5 No.1.
- Karim., Adiwarmam, (2001)Buku Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer., Jakarta: Gema Insani
- Karim, Adiwarmam,(2015), Ekonomi Mikro Islami., Jakarta: RajaGrafindo Persada,
- Karim, Adiwarmam,(2015) Mekanisme Ekonomi Islam. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- MS, S. , (2007), Perdagangan Terlarang Menurut Islam dalam Tinjauan Maqashid Al – Syariah. Jurnal Hunawa, Vol.4 No.3, .
- Muhammad Ismail Yusanto, dkk. (2012). Menggagas Bisnis Islam. Jakarta: Gema Insani Press.
- Mursidah, U. (2017). Penerapan Etika Bisnis dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional. Jurnal Ekonomi Syariah.
- Muyassarrah, (2019), Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara. SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam, 1(3),
- Nasution, M. E.,(2006), Pengenalan Eklusif Ekonomi Islam. Depok: Kencana.
- Nurudin, (2018) Pengaruh Minat Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Keputusan Wanita Muslim Berwirausaha. Sawwa: Jurnal Studi Gender, Vol. 12, No.3
- Pardiansyah, Elif., (2017), “Investasi dalam Perspektif Ekonomi Islam : Pendekatan Teoritis Dan Empiris”, Jurnal Publikasi Ekonomi Islam Universitas Indonesia Vol. 8 No. 2, .
- P, Kotler.,(2004), Manajemen Pemasaran. Jakarta: Indeks Gramedia4

-
-
- P,Lestari, S., (2015), "Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang)." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4(2)
- Putong, I, (2013), *Pengembangan Ekonomi Islam*. Jakarta: Galiya Indonesia.
- Rofiah, K., (2014), Urgensi Etika di dalam Sistem Bisnis Islam. *Jurnal Justitia Islamica*, Vol. 11 No,2.
- Rozalinda.,(2015), *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*,. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Siddiqi, M. N., (1996), *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*. Jakarta: Bumi Aksara,
- Siregar, R. , (2015), "Etika Bisnis Pengusaha Muslim Terhadap Pelayanan Konsumen dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Kota Padang Sidempuan)." *Tazkir*, 01 No. 2.
- Sukirno, S., (2010), *Mikroekonomi, Teori Pengantar*, Jakarta:Rajawali Press