

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam

1. Etika dan Bisnis

a. Etika

Terminologi etika berasal dari bahasa Yunani “*ethos*”. Artinya: “*custom*” atau kebiasaan yang berkaitan dengan tindakan atau tingkah laku manusia.¹ Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan antara yang baik dan buruk. Etika dalam bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.²

Etika didefinisikan seperangkat aturan atau undang-undang yang menentukan pada perilaku benar dan salah, atau perilaku ketika tingkah laku kita diterima masyarakat dan sebaliknya manakala tingkah laku ditolak. Selain itu etika dipahami sebagai sebuah disiplin ilmu yang mandiri dan terpisah dari bisnis etika mengenai apa-apa yang salah dan apa yang benar, baik-buruk, manfaat atau tidak.

Ada beberapa konsep dasar yang berhubungan dengan etika.

Masing-masing konsep tersebut memiliki arti yang berbeda yaitu :

¹<http://adityaanggar.wordpress.com/2008/10/26/konsep-etika/>. Diakses 15 Februari 2012

²Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004), 3.

- 1) Etika, adalah norma manusia harus berjalan, bersikap sesuai nilai atau norma yang ada.
- 2) Moral merupakan aturan dan nilai kemanusiaan (*human conduct and value*) seperti sikap, perilaku dan nilai.
- 3) Etiket adalah tata krama atau sopan santun yang dianut oleh suatu masyarakat dalam kehidupan.
- 4) Nilai adalah penetapan harga sesuatu sehingga sesuatu itu memiliki nilai ukur yang terukur.³

b. Bisnis

Bisnis dapat diartikan sebagai sebuah aktifitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses pengarahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Dalam terminologi bahasa, bisnis merupakan aktifitas berupa jasa, perdagangan, dan industri guna memaksimalkan nilai keuntungan.⁴ Skinner mengungkapkan bahwa bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.⁵

2. Etika Bisnis

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat.

Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil,

³Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta : YKPN, 2002), 15.

⁴Muhammad. *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta : UPP, APM YKPN, 2003), 3.

⁵Yusanto dan Wijaya Kusuma. *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), 40.

sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.⁶

Sedangkan menurut Muslich etika bisnis adalah etika umum yang mengatur perilaku bisnis, norma, moralitas yang menjadi landasan dan acuan bisnis dalam perilakunya. Dasar perilakunya tidak hanya hukum ekonomi dan mekanisme pasar saja yang mendorong perilaku bisnis itu, melainkan nilai moral dan etika juga menjadi acuan penting yang harus dijadikan landasan kebijaksanaannya.⁷

Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh perilaku bisnis. Sesuai dengan norma dan kecenderungan alamiah tentang kodrat manusia yang mempunyai watak kreatif dan berkeinginan untuk berkembang sebagai makhluk sosial, karena itulah muncul prinsip-prinsip sebagai berikut :

a. Prinsip otonomi

Pelaku bisnis yang menjalankan kegiatan bisnis dengan paradigma yang ada di masyarakat tersedia berbagai pilihan penggunaan sumberdaya dalam rangka mencapai tujuan yang ingin dicapai pelaku bisnis. Keputusan yang diambil pelaku bisnis dalam memanfaatkan sumber daya ini bebas untuk memilih. Keputusan secara oronom ini terkait dengan kebebasan orang lain yang terlibat baik secara langsung maupun tidak.

⁶<http://rosicute.wordpress.com/2010/11/23/pengertian-etika-bisnis/>. Diakses 15 Februari 2012

⁷Muslich. *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta : Ekonosia, 2004), 9.

b. Kejujuran

Prinsip etika atas sikap kejujuran yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis merupakan prinsip penting. Bahkan merupakan modal utama bagi pelaku bisnis apabila menginginkan bisnisnya mendapat kepercayaan dari partner dan masyarakat.

c. Niat baik

Dari awal didirikan bisnis maka bisnis sudah harus memiliki niat baik oleh pelaku bisnisnya dan tidak memiliki niat jahat pada siapapun. Niat dari suatu tujuan terlihat pada cukup transparannya misi, visi dan tujuan yang ingin dicapai.

d. Adil

Prinsip ini merupakan prinsip yang cukup sentral bagi kegiatan bisnis. Hampir semua kegiatan bisnis bermuara pada tuntutan untuk bersikap adil terhadap semua pihak yang terlibat. Ketidakadilan merupakan sumber kegagalan yang akan dialami oleh pelaku bisnis.⁸

3. Etika Bisnis Islam

Bisnis Islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Allah SWT Berfirman :

⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta : YKPN, 2002), 19.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا
فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya : “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian dari pada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui”. (Qs. Al Baqarah : 188)⁹

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

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.” (Qs. An Nisa : 29)¹⁰

Etika Bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi SAW. saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi SAW. sebagai pedagang adalah, selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat Shidiq, Fathanah, Amanah dan Tabligh. Ciri-ciri itu masih ditambah Istiqamah. Shidiq berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam. Istiqamah atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. Istiqamah dalam kebaikan

⁹ Mahmud Yunus, *Tafsir Al-Qur'an*. (Jakarta : Hidakarya Agung Jakarta), 39

¹⁰ Ibid, 112

ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. Fathanah berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Amanah, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebajikan) dalam segala hal. Tablig, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.¹¹

Etika bisnis Islam menjunjung tinggi semangat saling percaya, kejujuran, semangat kekeluargaan. Setidaknya dalam etika bisnis Islam mengandung lima elemen landasan dalam berbisnis yaitu : ketauhidan, keadilan atau keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ikhsan.¹²

a. Landasan Tauhid

Landasan tauhid merupakan landasan aqidah yang sangat mendasar yang dijadikan sebagai pondasi utama bagi setiap langkah seorang muslim dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Seperti yang dinyatakan dalam firman Allah SWT :

¹¹<http://zonaekis.com/etika-bisnis-Islami/>. Diakses 15 Februari 2012

¹²Muhamad. *Etika Bisnis Islam*, 5.

وَهَذَا صِرَاطُ رَبِّكَ مُسْتَقِيمًا ۖ قَدْ فَصَّلْنَا الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَذَّكَّرُونَ ﴿١٢٦﴾
 هُمْ دَارُ السَّلَامِ عِنْدَ رَبِّهِمْ ۖ وَهُوَ وَلِيُّهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿١٢٧﴾

Artinya : “Dan Inilah jalan Tuhanmu; (jalan) yang lurus. Sesungguhnya Kami telah menjelaskan ayat-ayat (Kami) kepada orang-orang yang mengambil pelajaran. bagi mereka (disediakan) darussalam (syurga) pada sisi Tuhannya dan Dialah pelindung mereka disebabkan amal-amal saleh yang selalu mereka kerjakan.” (Qs. Al An’am 126-127)¹³

Keputusan dan perilaku yang lurus yang dinyatakan dalam surat ini secara logis mencerminkan sikap dan perilaku yang benar, baik, sesuai dengan perintah Allah. Disinilah manusia baru menyadari bahwa kebenaran dan kebaikan itu dapat diambil pelajaran oleh manusia setelah melalui berbagai pengalaman. Baik secara analitik perenungan atau secara perjalanan spiritual yang dianugerahi hidayah dari Allah SWT.

b. Landasan Keseimbangan/keadilan

Merupakan landasan utama yang harus dijalankan umat Islam dalam berperilaku baik terhadap diri sendiri, sesama manusia, dan terhadap lingkungan. Allah SWT berfirman :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

¹³ Mahmud Yunus, *Tafsir Al-Qur'an*. (Jakarta : Hidakarya Agung Jakarta), 198-199

Artinya : *“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”* (Qs. Al Qashash : 77)¹⁴

Implementasi ajaran keadilan atau keseimbangan pada kegiatan bisnis harus dikaitkan dengan pembagian manfaat pada semua komponen dan pihak yang terlibat langsung maupun tak langsung. Karena itu etika bisnis Islam menekankan pada keseimbangan dan keadilan bagi bisnis yang dilakukan oleh orang Islam.

c. Landasan kehendak bebas

Pada salah satu sisi manusia dianugerahi unsur potensi emosi, akal dan daya nalar. Dan di sisi lain juga dianugerahi kemampuan dasar berupa spiritual, akal budi, dan naluri (insting). Sehingga dengan potensi yang dimiliki manusia mampu menciptakan berbagai macam produk budaya, yang bisa membedakan manusia dengan makhluk lain.

Tetapi harus diingat bahwa dalam memfungsikan potensi manusia membutuhkan orang lain. Manusia melakukan kerjasama untuk menghasilkan prestasi dan hasil karyanya. Oleh karena itu dalam berprestasi manusia tidaklah sendirian dalam menggapai prestasi itu melainkan selalu membutuhkan bantuan orang lain. Apalagi di dunia

¹⁴ Ibid, 580

bisnis kita pasti membutuhkan orang lain untuk menopang usaha kita, terutama bagi yang memiliki sumber daya yang kita butuhkan.

d. Landasan tanggung jawab

Kebebasan manusia dalam melakukan aktifitas bisnis merupakan hak pribadi yang merdeka. Oleh karena itu manusia yang sudah dititipi amanah dalam mengelola sumber daya ini harus mempertanggungjawabkan. Karena pada dasarnya pemilik yang hakiki atas semua yang ada di alam semesta itu hanya Allah semata. Sedangkan di dunia manusia harus mempertanggung jawabkan kepada masyarakat dan lingkungan sosial.

Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya harus memiliki batas-batas tertentu dan tidak dipergunakan semaunya tanpa batas.

e. Landasan Ikhsan

Landasan ikhsan merupakan pendorong utama disetiap kegiatan yang dilakukan dan sasaran atau target akhir yang ingin dicapai. Dalam konteks ini dapat dilakukan secara sepihak dan secara argumentatif ditujukan untuk mewujudkan kebaikan sehingga terwujud kemaslahatan manusia dan lingkungan.¹⁵

Nabi muhammad SAW memberikan teladan yang sangat baik bagi umatnya dalam segala hal termasuk dalam hal berbisnis dan bertransaksi. Beliau melakukan transaksi jual beli secara adil, jujur,

¹⁵Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung : Mizan Pustaka, 2006), 65.

dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh atau kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangan dengan standar kualitas yang diminta pelanggan.

Ada enam etika pemasar yang akan menjadi prinsip bagi pelaku dagang dalam menjalankan bisnisnya antara lain :

1) Memiliki kepribadian spiritual (*Taqwa*)

Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah bahkan pada suasana sedang sibuk dalam aktifitas. Ia hendaknya sadar dan penuh responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Allah SWT. Umat muslim diperintahkan untuk mencari kebahagiaan akhirat dengan cara menggunakan nikmat yang Allah karuniakan kepadanya dengan jalan sebaik-baiknya.

2) Berperilaku baik dan simpatik (*Shidiq*)

Berperilaku baik, sopan dan santun dalam pergaulan adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi dan mencakup semua sisi manusia dan sifat ini yang harus dimiliki seorang muslim dalam menjalankan roda kehidupannya.

3) Berperilaku adil dalam berbisnis (*Al-Adl*)

Islam mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kedzaliman dan mengharuskan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam setiap hubungan tersebut. Karena itulah Islam melarang jual-beli yang tidak jelas sifat barang yang

ditransaksikan, karena mengandung unsur ketidakjelasan yang akan membahayakan salah satu pihak.

Berikut adalah rukun jual beli :

Orang yang berakad, ijab Kabul, *ma'kud alaih* (objek akad)

Syarat-syarat *ma'kud alaih* (objek akad) :

- a. Suci
- b. Memberi manfaat
- c. Jangan ditaklikan/digantungkan contohnya jika ayahku pergi, kujual motor ini.
- d. Tidak dibatasi waktu contohnya kujual motor ini selama setahun, jual beli tersebut tidak sah karna jual beli adalah salah satu sebab kepemilikan secara penuh.
- e. Dapat diserahkan cepat atau lambat, tidak sah menjual binatang yang sudah lari dan tidak dapat ditangkap lagi.
- f. Milik sendiri, tidak sah menjual barang orang lain dengan tidak seizin pemiliknya, atau barang yang akan menjadi miliknya.
- g. Diketahui, barang yang dijual harus diketahui perihal barangnya, baik kuantitas maupun kualitas termasuk asal-usul barang tersebut. Tidaklah sah jual beli yang menimbulkan keraguan salah satu pihak.¹⁶

4) Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)

¹⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002) 72-73

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pedagang, sikap melayani antara lain sopan, santun, rendah hati dan bersahabat dengan semua orang. Bila sudah memiliki sikap yang seperti itu dengan sendirinya terbiasa ramah kepada setiap pembelinya.

5) Tidak curang

Seorang pedagang hendaknya selalu berbuat jujur atas semua barang dagangannya baik dalam menentukan nisbah, keuntungan dan harga. Dengan begitu maka tidak ada pihak yang terzalimi dan semua elemen dalam perdagangan tersebut mendapatkan berkah dari Allah SWT.

6) Tidak melakukan sogok (*Risywah*)

Dalam syaria, *risywah* hukumnya haram dan melakukan suap adalah memakan harta milik orang lain dengan batil.

Dari enam etika pemasaran di atas akan lebih baik jika dilaksanakan oleh semua elemen pelaku bisnis Islam. Terutama bagi para pedagang, karena pedagang merupakan ujung tombak bagi seluruh produsen dan pedaganglah yang sering berinteraksi dengan para pelanggan (pembeli).

B. Perilaku Pedagang

1. Pengertian Perilaku

Secara etimologis, perilaku manusia adalah sekumpulan watak dan tindakan yang biasa dilakukan yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi

oleh adat, sikap, emosi, nilai, etika, kekuasaan, persuasi, dan atau genetika.¹⁷

Perilaku dagang adalah seni dan ilmu menggunakan perilaku pelanggan untuk menempatkan, mempromosikan dan menampilkan produk dalam rangka untuk memaksimalkan keuntungan.¹⁸

2. Pengertian Pedagang

Pengertian pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa merubah bentuk dan tanggungjawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pedagang dibedakan menjadi:

- a. Pedagang Besar (*Grosir* atau *Wholesaler*) adalah pedagang yang membeli barang dan menjualnya kembali kepada pedagang yang lain. Pedagang besar selalu membeli dan menjual barang dalam partai besar.
- b. Pedagang Eceran (*Retailer*) adalah pedagang yang membeli barang dan menjualnya kembali langsung kepada konsumen. Untuk membeli biasa partai besar, tetapi menjualnya biasanya dalam partai kecil atau per-satuan.¹⁹

3. Pengertian Perilaku Pedagang

Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa perilaku adalah kelakuan, perbuatan, sikap dan tingkah laku dan pedagang adalah

¹⁷http://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku_manusia. Diakses 15 Februari 2012

¹⁸<http://id.hicow.com/eceran/tingkat-konversi/harga-pokok-penjualan-134461.html>. diakses 15 Februari 2012

¹⁹<http://balaipustaka.wordpress.com/2009/03/15/pengertian-distribusi/>. Diakses 16 Februari 2012

seseorang yang menjual, mengganti, dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Secara terminologi, dagang atau dalam bahasa arabnya *bai'* dapat didefinisikan saling menukar harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.

Dagang adalah salah satu bentuk bisnis dimana definisi umum dari istilah bisnis adalah suatu entitas ekonomi yang diselenggarakan dengan tujuan yang bersifat ekonomi dan berorientasi sosial. Bisnis dan perdagangan manusia termasuk dalam kegiatan yang amat penting, dan manusia adalah makhluk yang memerlukan teman dan kelompok untuk saling membantu dan tolong menolong.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan disertai dengan adanya proses tawar-menawar harga. Didalam pasar tradisional ini dengan adanya proses yang masih tradisional tersebut, muncul berbagai persoalan yang memerlukan peninjauan dari segi hukum Islam antara lain :

a. Mekanisme dan proses jual beli di Pasar

Mekanisme jual beli di pasar merupakan aktifitas ekonomi utama masyarakat maka dari itu sangat memerlukan perhatian dari tinjauan Etika Bisnis Islam agar serangkaian aktivitas bisnis jual beli tersebut halal dan sesuai dengan syariah Islam dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya.

Dalam islam, ketentuan atau mekanisme dalam melakukan proses jual beli adalah sebagai berikut :

1) Mengutamakan nilai ketauhidan

Jual beli itu sendiri adalah terpuji dan penting sepanjang tidak melalaikan ibadah seseorang atau menyebabkan dia menunda pelaksanaan shalat.

2) Mengutamakan prinsip keadilan

Memberikan produk yang terpercaya secara kualitas, mutu dan kehalalan barang adalah perbuatan adil pedagang kepada pembeli karena dengan begitu pembeli mendapatkan barang yang kondisinya benar-benar *tayyiban* (baik dari segi mutu dan kehalalan) dan mengetahui dengan benar mengenai jenis, jumlah dan kualitas barang yang dibelinya.

3) Mengutamakan kejujuran dan keterbukaan

Maka, bersikap jujur dalam dan dalam berdagang adalah cara yang terbaik untuk memperoleh rezeki. Sebaliknya melakukan bisnis dengan kebohongan kecurangan dan tipu muslihat, maka ini merupakan cara memperoleh rezeki yang paling buruk

b. Penetapan harga

Harga merupakan bagian yang sangat penting didalam sebuah aktifitas jual beli karena harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditentukan pedagang untuk konsumen untuk mendapatkan keuntungan

atas manfaat yang digunakan dalam sebuah produk. Namun disisi lain harga juga merupakan salah satu pertimbangan konsumen didalam membeli suatu produk. Seorang pedagang menginginkan harga yang tinggi atas sebuah produk dengan tujuan ingin mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya namun hal tersebut berbeda dengan apa yang diinginkan konsumen, penetapan harga yang tinggi tersebut selain merugikan konsumen juga merupakan suatu bentuk ketidakadilan.

Harga yang adil merupakan harga (nilai barang) yang dibayarkan untuk suatu objek tertentu yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkan barang tersebut. Definisi pasar yang adil juga bisa diambil dari konsep Aquinas yang mendefinisikannya dengan harga kompetitif normal. Yaitu harga yang berada dalam persaingan sempurna yang disebabkan oleh supply (penawaran) dan demand (permintaan) dimana tidak ada unsur spekulasi dan intervensi.

Sedangkan harga yang adil menurut Muhammad dalam bukunya Etika Bisnis Islam adalah “Nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu”.²⁰

“Apabila orang-orang memperjualbelikan barang dagangannya dengan cara-cara yang biasa dilakukan, tanpa ada pihak yang dizalimi

²⁰ Muhamad. *Etika Bisnis Islam*, 16.

kemudian harga mengalami kenaikan karena berkurangnya persediaan barang ataupun karena bertambahnya jumlah penduduk (permintaan), maka itu semata-mata karena Allah SWT. Dalam hal demikian, memaksa para pedagang untuk menjual barang dagangannya pada harga tertentu merupakan tindakan pemaksaan yang tidak dapat dibenarkan”.²¹

Adapun harga yang adil adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual itu ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu dan harga yang adil yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain.²²

C. Pasar Loak

1. Pengertian Pasar Loak

Pengertian pasar secara umum adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli barang-barang yang diusahakan secara berkelompok dan terbuka untuk umum, baik berupa gedung tertutup, berbedak-bedak, atau los-los atau lapangan yang dibatasi dengan pagar.²³ Atau pasar secara umum dapat diartikan sebagai suatu pelataran yang sebagian beratap dan sebagian terbuka atau seluruhnya beratap atau seluruhnya terbuka dengan segala kelengkapan yang fasilitasnya disediakan dan

²¹ Ibid., 21.

²² Sudono, Sukirno. *Pengantar Teori Mikroekonomi*, (PT. RajaGrafindo Persada: Jakarta. 2003), 15

²³ <http://www.pemkot-surabaya.go.id/e-gov/perda-surabaya?>. Diakses tanggal 8 Mei 2012

ditetapkan Pemerintah Daerah yang digunakan untuk kegiatan perdagangan baik berupa barang atau jasa dimana terjadi transaksi jual beli antara penjual dan pembeli.²⁴

Dilihat dari pengertian pasar secara umum seperti tersebut di atas, maka dapat dianggap bahwa pengertian pasar loak tidak berbeda jauh dari pengertian pasar secara umum, yaitu tempat pertemuan antara penjual dan pembeli barang-barang bekas atau loak yang diusahakan secara berkelompok dan terbuka untuk umum, baik berupa gedung tertutup, berbedak-bedak atau los-los atau lapangan yang sebagian beratap dan sebagian tertutup atau seluruhnya terbuka atau seluruhnya tertutup dengan segala fasilitasnya yang disediakan oleh Pemerintah Daerah untuk mendukung kegiatan perdagangan barang bekas tersebut.

Apabila dilihat dari jenis barang yang diperdagangkan, maka pasar loak dapat digolongkan dalam kategori pasar khusus, yaitu pasar yang memparjual belikan satu jenis barang saja, yaitu barang bekas. Sedangkan jenis tempat berjualan di pasar loak tidak berbeda jauh dengan pasar-pasar lainnya, yaitu berupa kios, los, pelataran di dalam pasar dan pelataran di luar pasar.

2. Perkembangan Pasar Loak

Perkembangan pasar dimulai dari adanya tuntutan kebutuhan yang semakin beragam dari masyarakat, yang dibatasi oleh status sosial ekonomi masyarakat itu sendiri, maka timbullah apa yang disebut

²⁴<http://id.wikipedia.org/wiki/Pasar>. Diakses tgl 13 Februari 2012

sebagai pedagang barang bekas. Pada mulanya pedagang barang bekas ini mulai ada, guna mencukupi kebutuhan konsumsi masyarakat golongan ekonomi lemah yang kebutuhannya tidak dapat terpenuhi karena kemampuan daya beli yang rendah. Karena harga barang baru yang relatif mahal, dimana mutu dan kualitas barang tersebut dijamin oleh penjual (dalam hal ini bersifat formal), maka masyarakat golongan ekonomi lemah cenderung untuk mengkonsumsi barang bekas yang masih dapat difungsikan yang dijual oleh para pedagang barang bekas (yang dalam hal ini bersifat informal).²⁵

Ciri-ciri pedagang barang bekas antara lain adalah sebagai berikut:

1. Pola kegiatannya tidak teratur, baik dalam arti waktu, permodalan, maupun penerimaannya.
2. Tidak tersentuh oleh peraturan atau ketentuan yang ditetapkan pemerintah.
3. Modal, peralatan dan perlengkapan maupun omzet nya biasanya kecil dan diusahakan atas dasar hitungan harian.
4. Umumnya tidak memiliki tempat usaha yang permanen dan terpisah dari tempat tinggalnya.
5. Tidak mempunyai keterikatan (*linkages*) dengan usaha lain yang lebih besar sehingga jarang mencapai jenjang hirarki sukses.

²⁵<http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=1&submit.x=0&submit.y=0&qual=high&fname=/jiunkpe/s1/ars4/1994/jiunkpe-ns-s1-1994-22490138-18204-buku-chapter2.pdf>. Diakses 20 April 2012

6. Umumnya dilakukan oleh dan melayani masyarakat yang berpendapatan rendah.
7. Tidak membutuhkan keahlian dan ketrampilan khusus, sehingga secara luwes dapat menyerap bermacam-macam tingkat pendidikan tenaga kerja.
8. Umumnya tiap-tiap satuan usaha mempekerjakan tenaga yang sedikit dan dari lingkungan hubungan keluarga, kenalan atau dari daerah yang sama.

Kehadiran pedagang barang bekas dalam kancah perdagangan, tentu saja baik langsung maupun tidak langsung menimbulkan dampak-dampak positif dan negatif. Dampak yang ada tersebut mengundang adanya suatu perbedaan asumsi mengenai keberadaan pedagang barang bekas. Asumsi negatif mengenai keberadaan pedagang barang bekas adalah sebagai berikut :

1. Aktivitas perdagangan barang bekas dianggap tidak etis dan sering melanggar norma.
2. Kehadirannya merusak keindahan dan menyimpang dari peraturan tata kota serta melanggar syarat-syarat sanitasi.
3. Sikap anti-sosial karena menolak model perilaku resmi dan pola pembangunan formal berdasar prinsip estetika.
4. Sifat disfungsional, dan menimbulkan berbagai masalah antara lain kemacetan, kebersihan, keamanan.

5. Untuk metertibkannya, tiada jalan lain kecuali dibuang, baik secara eliminasi, *clearance*, pembersihan total, perampasan bahkan pengrusakan.

Dilihat dari penjabaran di atas, maka keberadaan pedagang barang bekas tidak dapat diabaikan, karena mereka menyediakan barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat, menekan angka pengangguran sehingga dapat memperkecil keresahan sosial sementara, sehingga perlu dibina lebih lanjut antara lain melalui pemberian modal, jaminan kelancaran pemasaran, pengadaan relokasi atau penyediaan fasilitas dan prasarana yang lebih baik.²⁶

3. Fungsi dan Peran Pasar Loak

Pasar loak mempunyai peran antara lain sebagai berikut, keberadaan pasar loak dalam beberapa hal selain menunjukkan dampak yang negatif juga menunjukkan dampak dan manfaat yang positif yaitu antara lain meningkatkan nilai tambah dari barang bekas yang dijual, membuka lapangan kerja bagi masyarakat, menyediakan barang dengan harga murah, membeli barang bekas milik masyarakat.

Pasar loak secara tidak langsung dapat pula berperan sebagai sarana rekreatif masyarakat mengingat suasana kehidupan pasar yang menarik terutama dalam hal tawar-menawar dan jenis barang yang disediakan. Selain itu, perkembangan pasar loak yang ada juga turut berperan dalam meningkatkan pendapatan mereka yang tidak bermodal

²⁶ Ibid

besar, tidak berketrampilan tinggi, dan hanya memanfaatkan penjualan barang bekas.²⁷

Pasar loak dapat pula berperan dalam meningkatkan status dan pendapatan masyarakat strata bawah, seperti para pemulung misalnya, yang secara tidak langsung turut pula menjaga keindahan dan kebersihan kota melalui pulungan yang mereka lakukan dari sampah-sampah atau limbah-limbah kota yang berasal dari industri, rumah tangga, pusat pertokoan dan perdagangan, pasar, jalan dan taman dan lain-lain.²⁸

4. Sifat Khas Pasar Loak

Apabila diamati secara seksama maka akan terlihat bahwa pasar loak ternyata berbeda dengan pasar-pasar atau pusat-pusat perbelanjaan lainnya. Hal yang membedakan tersebut dapat sekaligus dianggap sebagai sifat khas yang dimiliki oleh pasar loak yang tidak dimiliki oleh pasar-pasar lainnya.

Dilihat dari jenis konsumen yang mendatangi pasar loak, segala lapisan masyarakat mendatangi pasar loak, meskipun tidak dapat disangkal bahwa sebagian besar berupa masyarakat golongan ekonomi lemah yang berpenghasilan rendah. Perlu diperhatikan di sini bahwa semua lapisan masyarakat yang mengunjungi pasar loak mempunyai kemampuan untuk melakukan transaksi jual beli. Barang yang dijual di

²⁷ Tjiptoherjanto, Prijono. 1997. *Migrasi, Urbanisasi dan Pasar Kerja di Indonesia*. Jakarta: UI Press.

²⁸ <http://digilib.petra.ac.id/viewer.php?page=1&submit.x=0&submit.y=0&qual=high&fname=/jiun/kpe/s1/ars4/1994/jiunkpe-ns-s1-1994-22490138-18204-buku-chapter2.pdf>. Diakses 20 April 2012

pasar loak yang didapat dengan modal kecil, dibutuhkan oleh mereka mulai dari yang berpenghasilan rendah hingga berpenghasilan tinggi.²⁹

Pengunjung pasar atau pusat perbelanjaan lain mungkin saja dapat terdiri dari berbagai jenis lapisan masyarakat, tetapi tidak semua yang datang mempunyai kemampuan untuk melakukan transaksi. Sifat jual beli yang ada dalam harga jual ternyata tidak mempunyai patokan harga yang jelas. Harga-harga akhir dari suatu jenis barang tertentu ditentukan melalui dasar tawar-menawar dan bukan atas dasar perhitungan rasional atau penetapan pemerintah seperti dalam pasar-pasar lainnya. Sehingga sulit untuk mengetahui harga tertinggi dan harga terendah dari suatu jenis barang tertentu.

Seringkali para pedagang barang bekas mengalami kesulitan untuk menyimpan semua barang dagangannya dalam kios yang dimilikinya, karena barang dagangan tersebut lebih besar daripada kios mereka atau karena jumlahnya yang demikian banyak sehingga tak jarang terlihat tumpukan barang dagangan di depan kios mereka. Meskipun iklim usaha mereka diwarnai oleh persaingan yang sangat ketat tetapi rasa saling percaya dan setia kawan yang ada sangat kuat. Sehingga keamanan barang-barang yang diletakkan di luar kios tersebut selalu terjamin keamanannya.³⁰

Mengingat sifat dan karakteristik pedagang barang bekas yang tidak memerlukan modal besar dan tanpa ketrampilan yang tinggi, sifat

²⁹ Aris Ananta. "Masalah Penyerapan Tenaga Kerja, Prospek dan Permasalahan Ekonomi Indonesia". 52

³⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Jupri, pedagang di Pasar Loak Setono Betek.

perdagangan yang mereka terapkan pada pasar loak relatif lebih mandiri, dan secara langsung memperbaiki kesejahteraan golongan ekonomi lemah, sehingga kemajuan skala perdagangan barang bekas di pasar loak sekaligus meningkatkan pendapatan nasional, walau tidak banyak dan memperbaiki distribusi pendapatan.³¹



³¹ Aris Ananta. *“Masalah Penyerapan Tenaga Kerja, Prospek dan Permasalahan Ekonomi Indonesia”*. 53