

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Jual Beli Tebasan dalam Islam

a. Pengertian Jual Beli dalam Islam

Pengertian kata jual secara bahasa dalam kamus bahasa arab adalah *baa'a*, *baya'a* yang berarti menjual. Lalu kata beli dalam kamus bahasa Arab yaitu *isyara*, *syara* yang bermakna membeli.¹ Sedangkan arti jual beli secara istilah atau syari'ah menurut ulama fikih dan pakar mendefinisikan secara berbeda-beda tergantung dari sudut pandang masing-masing.² Menurut Wahbah al-Zuhaili mengartikannya secara bahasa dengan “menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain”. Kata *al-ba'i* dalam Arab terkadang digunakan untuk pengertian lainnya, yaitu kata *al-syira'* (beli). Dengan demikian kata *al-ba'i* berarti jual, tetapi sekaligus juga berarti beli. Sedangkan menurut terminologi Sayid Sabiq mendefinisikan jual beli merupakan pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan”.

Dalam definisi di atas terdapat kata “harta”, “milik”, “dengan”, “ganti” dan “dapat dibenarkan” (*al-ma'dzun fih*), maksudnya adalah harta dalam definisi di atas merupakan segala sesuatu yang dimiliki dan bermanfaat, maka kecuali yang bukan milik dan tidak bermanfaat. Kemudian arti kata “milik” adalah agar dapat dibedakan dengan yang bukan milik. Lalu yang dimaksud dengan “ganti” yaitu supaya dapat dibedakan dengan hibah (pemberian). Sedangkan arti dari “dapat

¹ Yunus Mahmud, *Kamus Arab-Indonesia*, Hida Karya Agung, Jakarta, 1990, hlm. 42-56.

² Nawawi Ismail, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2017, hlm. 75.

dibenarkan (*al-ma;dzun fih*)” agar dapat dibedakan dengan jual beli yang dilarang.³

Setiap ulama fiqh satu dengan ulama fiqh yang lain pasti berbeda pendapat dalam mengartikan atau mendefinisikan jual beli. Berikut adalah definisi jual beli atau perdagangan menurut ulama empat mahdzab yaitu:

1) Ulama Hanafiah

Pendapat ulama Hanafiah mengenai jual beli mempunyai dua pengertian. *Pertama*: bersifat khusus, artinya menjual barang dengan mata uang (emas dan perak). *Kedua*: bersifat umum, artinya mempertukarkan benda dengan benda menurut ketentuan tertentu. Istilah benda dapat mencakup pengertian barang atau mata uang, sedangkan sifat-sifat dari benda tersebut harus dapat dinilai yaitu benda-benda yang berharga dan dapat dibenarkan penggunaannya oleh syara’.⁴

2) Ulama Malikiyah

Ulama Malikiyah mengatakan bahwa jual beli mempunyai arti khusus dan umum. Definisi jual beli secara khusus yaitu ikatan tukar-menukar sesuatu yang bukan manfaat dan kelezatan yang mempunyai daya tarik, salah satu pertukaran bukan berupa emas atau perak yang dapat direalisasikan bendanya, bukan ditangguhkannya. Sedangkan jual beli dalam arti umum adalah transaksi tukar-menukar suatu yang bukan kemanfaatan dan kenikmatan. Maksud dari bukan kemanfaatan adalah objek yang ditukarkan harus berupa zat atau benda, baik berfungsi sebagai *matbi'* (yang dijual) maupun sebagai *tsaman* (harganya). Adapun maksud dari sesuatu yang bukan kenikmatan yaitu objeknya bukan suatu barang yang memberikan kelezatan.

³Ghazaly Abdul Rahman, *Fiqh Muamalah Edisi Pertama*, Prenadamedia Group, Jakarta, 2015, hlm. 67.

⁴Khosyi'ah Siah, *Fiqh Muamalah Perbandingan*, Pustaka Setia, Bandung, 2014, hlm. 47.

3) Ulama Syafi'iyah

Pendapat ulama Syafi'iyah bahwa jual beli yaitu suatu kegiatan mempertukan harta dengan harta dalam segi tertentu, yaitu suatu ikatan yang mengandung pertukaran harta dengan harta yang dikehendaki dengan tukar-menukar, yaitu masing-masing pihak menyerahkan prestasi kepada pihak lain baik sebagai penjual maupun pembeli secara khusus. Ikatan jual beli hendaknya memberikan faedah atau manfaat khusus untuk membeli benda.⁵

4) Ulama Hanabilah

Pendapat ulama Hanabilah tentang arti jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atau manfaat dengan manfaat lainnya yang dibolehkan oleh hukum untuk selamanya dan pemberian manfaat tersebut bukan riba serta bukan bagi hasil. Menukarkan harta dengan harta maksudnya yaitu suatu perikatan yang mempunyai pertukaran dari kedua pihak, misalnya menetapkan sesuatu sebagai penukar. Harta yang dimaksud adalah mata uang atau lainnya. Oleh karena itu pertukaran harta perdagangan termasuk pertukaran nilai uang dengan nilai uang.⁶

b. Rukun dan Syarat dalam Jual Beli

Dalam melakukan jual beli tentu ada yang namanya rukun dan syarat yang harus dipenuhi agar dapat dikatakan sah oleh syara'. Rukun jual beli menurut ulama Hanafiah hanya ada satu, yaitu hanya ijab (ungkapan membeli dari pembeli) dan qabul (ungkapan menjual dari penjual). Menurut mereka yang menjadi rukun dari jual beli itu hanyalah kerelaan (*ridlo/taradhi*) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Tetapi karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang tidak bisa diukur dengan panca indra maka dibutuhkan indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli menurut mereka boleh tergambar dalam

⁵ *Ibid*, hlm. 47-48.

⁶ *Ibid*, hlm. 48-49.

ijab dan kabul, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang (*ta'athi*).⁷

Menurut sebagian besar jumbuh ulama mengatakan rukun jual beli dikatakan sah oleh syara' jika memenuhi lima rukun yaitu:

- 1) Adanya penjual, ia harus memiliki barang yang dijualnya atau mendapatkan izin untuk menjual barang yang dijualnya.
- 2) Adanya pembeli yaitu orang yang membutuhkan barang dari penjual untuk memperoleh kegunaan dan kemanfaatan dari barang yang diperolehnya.
- 3) Adanya barang yang dijual. Barang yang dijual harus merupakan hal yang diperbolehkan dijual, bersih, bisa diserahkan oleh pihak pembeli, dan bisa diketahui oleh pembeli meskipun hanya dengan ciri-cirinya.
- 4) Bahasa akad merupakan penyerahan (*ijab*) dan penerimaan (*qabul*) dengan perkataan. Misalnya pembeli berkata "*aku jual barang ini kepadamu*", kemudian penjual memberikan pakaian yang dimaksud oleh pembeli.
- 5) Kerelaan kedua belah pihak antara penjual dan pembeli. Jadi dalam jual beli tidak akan sah jika ada salah satu pihak yang masih belum rela dalam bertransaksi, karena dalam Hadist Rasulullah SAW bersabda: "*Sesungguhnya jual beli itu dengan kerelaan*". (HR. Ibnu Majah dengan sanad hasan).⁸

Adapun syarat-syarat jual beli yang sesuai dengan rukun jual beli berdasarkan jumbuh ulama adalah sebagai berikut:

- 1) Syarat-syarat orang yang berakad

Mayoritas para ulama fiqh menyepakati bahwa orang yang berakad jual beli itu harus memenuhi syarat:⁹

- a) Berakal, artinya seseorang sudah mampu membedakan antara sesuatu yang baik dengan sesuatu yang batil. Oleh sebab itu

⁷Ghazaly Abdul Rahman, *Op. Cit.*, hlm. 70-71.

⁸Nawawi, *Op. Cit.*, hlm. 77.

⁹Ghazaly Abdul Rahman, *Op. Cit.*, hlm. 71-72.

jual beli yang dilakukan anak kecil yang belum berakal dan orang gila maka hukumnya tidak sah. Tetapi anak kecil yang telah mumayiz, menurut ulama Hanafiah, apabila akad yang dilakukannya membawa keuntungan bagi dirinya, seperti menerima hibah, wasiat, dan sedekah, maka akadnya sah. Sebaliknya apabila akad itu membawa kerugian bagi dirinya, seperti meminjamkan hartanya kepada orang lain, mewakafkan, atau menghibahkannya, maka tindakan tersebut hukumnya tidak boleh dilakukan. Sedangkan menurut jumhur ulama berpendirian bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus telah balig dan berakal. Jika orang yang berakad jual beli itu masih mumayiz, maka jual belinya tidak sah, meskipun sudah mendapatkan persetujuan dari walinya.

- b) Baligh, dalam perkembangan hukum Islam jika seseorang sudah berusia 15 tahun atau sudah pernah bermimpi basah (bagi laki-laki) dan haid (bagi perempuan). Hal itu bertujuan agar dalam melakukan transaksi tidak ada unsur penipuan. Tetapi bagi anak-anak yang mampu membedakan mana yang baik dan yang buruk namun belum dewasa (belum mencapai usia 15 tahun dan belum bermimpi dan haid) menurut sebagian para ulama diperbolehkan melakukan kegiatan jual beli, khususnya untuk barang-barang kecil dan tidak bernilai tinggi.¹⁰
- c) Pihak yang melakukan akad adalah orang yang berbeda. Artinya seseorang tidak dapat bertindak dalam waktu yang bersamaan sebagai penjual sekaligus sebagai pembeli. Misalnya: Deby menjual sekaligus membeli barangnya sendiri, maka jual belinya tidak sah.
- d) Jual beli yang dilakukan bukan karena paksaan, artinya kegiatan jual beli yang terjadi benar-benar atas kerelaan hati

¹⁰ Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*, PT Rajagrafindo Persada, Depok, 2014, hlm. 74.

dan saling ridlo serta sepakat di kedua belah pihak .¹¹ Dalam Al-Qur'an dijelaskan pada surat An-Nisa ayat 29, bahwa Allah SWT berfirman:¹²

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ 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 dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*

Terdapat juga dalam hadist Rasulullah yang berbunyi: *“Jual beli itu sah lantaran saling sepakat”*

2) Syarat-syarat yang berkaitan dengan akad

Akad merupakan lafadz yang berasal dari bahasa Arab, *'aqada, ya'qidu, 'aqdan* yang mempunyai arti mengikatkan. Terdapat dua pengertian dari akad secara khusus dan umum. Pengertian akad secara umum menurut ulama Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah yaitu segala perbuatan yang *diazamkan* (diniatkan) seseorang untuk melaksanakannya, baik perbuatan itu berdasarkan keinginan seseorang, seperti wakaf, talak, dan lain-lain maupun berdasarkan dua belah pihak, seperti jual beli, sewa-menyewa, dan lain-lain. Sedangkan pengertian akad secara khusus yaitu adanya keterikatan ijab dan qabul dengan jalan yang syar'i yang berpengaruh pada objek perikatan, atau adanya hubungan perikatan seseorang dengan orang lain secara syar'i yang menampakkan pengaruh (akibat hukumnya) pada objek

¹¹ Khosyia'ah Siah, *Op.Cit.*, hlm. 91-92.

¹² *Al-Qur'an dan Terjemahannya* Departemen Agama RI

perikatan.¹³ Akad dapat terbentuk dalam beberapa rukun, unsur-unsur dan syarat-syarat diantaranya yaitu:

a) Rukun Akad

Terdapat beberapa rukun terjadinya suatu akad, diantaranya yaitu:

- (1) *Aqid* merupakan orang yang berakad, terkadang masing-masing pihak terdiri dari satu orang, atau bahkan bisa lebih dari satu orang.
- (2) Adanya *ma'qud 'alaih* yaitu benda atau barang yang diakadkan, misalnya benda-benda yang yang dijual dalam akad jual beli.
- (3) *Maudhu' al 'aqd* yaitu tujuan atau maksud pokok mengadakan akad. Berbeda akad maka beda pula tujuan pokok akad. Dalam akad jual beli tujuan pokoknya adalah memindahkan barang dari penjual kepada pembeli dengan diberi ganti.
- (4) *Shighat al 'aqd* adalah ijab dan qabul. Ijab merupakan permulaan penjelasan yang keluar dari salah seorang yang berakad sebagai gambaran kehendaknya dalam mengadakan akad. Sedangkan qabul yaitu perkataan yang keluar dari pihak yang berakad, dan diucapkan setelah adanya ijab. Dapat disimpulkan bahwa ijab qabul adalah bertukarnya sesuatu dengan yang lain sehingga penjual dan pembeli dalam membeli sesuatu terkadang tidak berhadapan.¹⁴

b) Unsur-unsur akad

Akad merupakan kesesuaian antara dua kehendak untuk menimbulkan akibat hukum, menimbulkan perikatan, memindahkan, mengubah, dan mengakhirinya terhadap objek

¹³Khosyi'ah Siah, *Op.Cit.*, hlm. 72-73.

¹⁴Suhendi Hendi, *Op.Cit.*, hlm. 46-47.

yang diadakan atau diperikatkan. Unsur-unsur yang terkandung di dalam akad diantaranya adalah:

(1) *Al-‘Aqidaen* (Subjek Perikatan)

Al-‘aqidaen adalah para pihak dua orang atau lebih yang melakukan akad. Kedudukan *al-‘aqidaen* sebagai subjek hukum yang melakukan tindakan hukum. Pada awalnya menurut fiqh subjek hukum ini sering disebut *mukalaf*, yaitu: orang yang mempunyai kecakapan untuk melakukan tindakan hukum. Tetapi seiring dengan perkembangan zaman subjek hukum ini tidak hanya mencakup manusia tetapi badan hukum. Badan hukum yang dimaksud yaitu badan hukum yang mempunyai hak dan kewajiban untuk melaksanakan tindakan hukum dan badan hukum tersebut mempunyai sejumlah aset kekayaan yang terpisah dari aset individu (pribadi).¹⁵

(2) *Mahallul ‘Aqad* (Objek Perikatan)

Mahallul ‘aqad merupakan sesuatu yang dapat dijadikan sebagai objek yang diadakan dan mempunyai konsekuensi hukum. Objek akad yang bisa diadakan biasanya dalam bentuk benda bergerak dan tidak bergerak. Secara fiqh, syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam *mahallul ‘aqaid* terdiri dari:

- (a) Objek akad harus benar-benar ada dan jelas ketika akad itu berlangsung. Tidak boleh suatu akad/transaksi dalam keadaan objeknya tidak jelas (*uncertainty*). Hal tersebut karena akad dalam agama Islam merupakan suatu transaksi atau perikatan yang mempunyai konsekuensi hukum tidak boleh bergantung pada objek yang tidak jelas. Jika objeknya tidak ada, maka

¹⁵ Pradja Juhaya S, *Ekonomi Syariah*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2012, hlm. 83.

spesifikasi atas objek itu harus jelas dan sesuai ketika akad berlangsung.

(b) Objek akad bisa diserahkan secara langsung. Setelah objeknya ada dan jelas spesifikasinya maka ketentuan selanjutnya adalah objek tersebut dapat diserahkan secara pasti.

(c) Objek yang diadakan harus sesuai dengan kaidah-kaidah syariah. Pada awalnya objek yang diadakan adalah benda yang memiliki nilai. Tetapi dalam akad Islam bukan benda yang bernilai saja melainkan harus sesuai dengan kaidah-kaidah syariah. Benda-benda yang diadakan tidak boleh melanggar ketentuan syara', seperti khamar, babi, dan darah.

(3) Pertalian Ijab dan Qabul

Ijab yaitu pernyataan kehendak seseorang atau pihak yang pertama untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukannya. Sedangkan *qabul* adalah pernyataan menerima atau menyetujui kehendak pertama. Ketentuan ijab qabul harus ada dalam setiap akad Islam karena ijab qabul merupakan salah satu rukun akad.

(4) Sesuai dan dibenarkan secara syariah

Suatu akad dalam Islam tidak boleh berlawanan dengan ketentuan-ketentuan syariah. Kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah merupakan kemutlakan yang harus jadi landasan setiap akad.¹⁶

(5) Adanya konsekuensi hukum terhadap objek yang diadakan

Akad adalah salah satu tindakan hukum yang mempunyai konsekuensi hukum yang mengikat terhadap para pihak. Jika objek yang diakadkannya berhubungan dengan harta

¹⁶ *Ibid*, hlm. 84.

benda pemenuhan hak dan kewajiban antara pihak yang terkait dengan akad tersebut harus berkomitmen untuk melakukan akad itu sesuai dengan ketentuan yang disepakati kedua belah pihak. Oleh karena itu dalam akad secara Islami telah dijelaskan bahwa setiap akad mempunyai kekuatan hukum, jika ada bukti hukum itu sendiri. Maka disinilah Islam menganjurkan kepada pihak yang melakukan akad tidak sekedar *bil lisan* (dengan lisan) tetapi hendaknya dilakukan juga dengan *bil kitabah* (dengan tulisan). Adanya akad *bil kitabah* inilah yang nantinya akan mempunyai kekuatan hukum dan bisa dijadikan bukti hukum, jika pada kemudian hari terjadi persengkataan atau perselisihan para pihak yang berakad.¹⁷

c) Syarat-syarat Akad

Syarat-syarat umum yang harus dipenuhi dalam berbagai macam akad adalah:

- (1) Kedua orang yang melakukan akad cakap bertindak (ahli). Akad dikatakan tidak sah jika orang melakukannya tidak cakap bertindak, misalnya: orang gila, orang yang berada dibawah pengampunan (*mahjur*) karena boros atau yang lainnya.
- (2) Yang dijadikan objek akad dapat menerima hukumnya.
- (3) Akad itu diizinkan oleh syara', dilakukan oleh orang yang mempunyai hak melakukannya walaupun dia bukan *aqid* yang memiliki barang.
- (4) Akad dapat memberikan faidah sehingga tidaklah sah bila *rahn* dianggap sebagai imbalan *amanah*.
- (5) *Ijab* harus berjalan terus dan tidak boleh dicabut sebelum terjadi *qabul*. Jika orang yang melakukan *ijab* menarik kembali *ijabnya* sebelum *qabul*, maka batallah *ijabnya*.

¹⁷ *Ibid*, hlm. 85.

(6) Ijab dan qabul harus saling bersambung sehingga bila seseorang yang berijab sudah berpisah sebelum adanya qabul maka ijab tersebut menjadi batal.¹⁸

c. Pembagian Jual Beli Dalam Islam

Ditinjau dari beberapa persepsi yang berbeda, menurut ulama Hanafiyah membagi jual beli menjadi bagian berikut:

- 1) Dari segi sifat-sifatnya jual beli dibedakan menjadi dua bagian, diantaranya:
 - a) Jual beli *shahih* yaitu jual beli yang dasar dan sifatnya sesuai dengan syariat. Dengan kata lain jual beli yang tidak mempunyai kecacatan. Jual beli *shahih* berarti barang yang dijual tidak tersangkut dengan hak orang lain, dalam fiqh muamalah jual beli *shahih* sering disebut dengan *ba'i mauquf*, seperti menjualbelikan benda yang masih digadaikan, disewakan, dan *ba'i fudhuly* jual beli yang akadnya dilakukan oleh orang lain sebelum ada izin pemiliknya.
 - b) Jual beli *ghairu shahih* merupakan jual beli yang dasarnya tidak sesuai dengan syariat. Jual beli ini disebut dengan jual beli *batil*. Atau jual beli yang dasarnya sudah sesuai dengan syariat tetapi sifatnya tidak sesuai dengan syariat, maka jual beli seperti ini disebut dengan jual beli makruh.¹⁹
- 2) Dari segi *shighatnya*, jual beli terbagi menjadi dua macam, berikut adalah:
 - a) Jual beli *mutlak* ialah jual beli yang berlaku dengan shighat yang tidak mengandung syarat tangguh, syarat penyerta, dan tidak disandarkan pada waktu mendatang.
 - b) Jual beli *ghairu mutlak* yaitu jual beli yang disandarkan dengan shighat yang mengandung syarat tangguh, syarat

¹⁸ Suhendi Hendi, *Op.Cit.*, hlm. 50.

¹⁹ Khosiyah Siah, *Op.Cit.*, hlm. 49-54.

penyerta, dan disandarkan waktu mendatang. Bentuk-bentuk dari jual beli *ghairu mutlak* antara lain:

- (1) Jual beli *muqayadah* adalah menjual harta niaga dengan harta dengan harta niaga. Misalnya menjual hewan dengan hewan. Jual beli ini diperbolehkan baik kedua hewan tersebut sejenis ataupun tidak, halal dimakan atau tidak, dengan syarat asalkan jual beli itu tidak mengandung riba.
 - (2) Jual beli *sharf* yaitu jual emas dengan emas atau perak dengan perak atau salah satu dengan yang lain.
 - (3) Jual beli *salam*. *Salam* menurut bahasa berarti menyegerakan dan mendahulukan pembayaran. Sedangkan menurut syara' mengartikan jual beli *salam* dengan membeli barang yang ditangguhkan penyerahannya dengan pembayaran terlebih dahulu. Pemilik uang baik uang kartal maupun uang giral disebut *muslim* atau *rabbus salam*, pemilik barang yang ditangguhkan disebut *muslam ilaihi*. Barangnya, seperti gandum atau anggur disebut *muslam fih*, dan harga yang telah dibayar disebut dengan *ra'su majlis salam*. Pengertian jual beli *salam* menurut istilah adalah *as-salam* disebut juga dengan perkataan *as-salafu* yaitu akad jual beli yang dibayar harganya secara tunai (ketika akad) tetapi penyerahannya ditangguhkan sampai pada masa tertentu.²⁰
- 3) Dari segi pertaliannya dengan barang (penjual), jual beli dibedakan menjadi empat macam yaitu:
- a) *Muqayadah* (jual tukar) yaitu mempertukarkan benda dengan benda.
 - b) *Sharf* adalah menjual mata uang dengan mata uang.
 - c) *Mutlak* yaitu menjual barang dengan mata uang.

²⁰Khosiyah Siah, *Op.Cit.*, hlm. 55-58.

- d) *Salam* (jual tangguh) yaitu jual beli barang yang penyerahannya ditangguhkan dalam waktu mendatang yang telah dituturkan sifat-sifatnya yang meyakinkan dengan harga tunai.
- 4) Dari segi harga dan ukurannya, jual beli dibedakan menjadi empat bagian, berikut adalah:
- a) *Murabakhah* yakni menjual harga dengan harga yang lebih tinggi dari pembelian. Kata *murabakhah* berasal dari *mashdar rabaha* yang berarti tambahan. Menentukan harga yang lebih tinggi dari pembelian disebabkan kemungkinan adanya biaya tambahan yang dikeluarkan. Misalnya seseorang membeli tanah pertanian seharga Rp. 100.000.000,- ditambah ongkos pengurusan tanah termasuk akta jual beli dan sebagainya sehingga harga jual tanah pertanian tersebut menjadi Rp. 101.000.000,-. Hikmah jual beli semacam ini dapat mempermudah seseorang untuk memperoleh keuntungan dan dapat memunculkan rasa kepercayaan terhadap orang lain karena tidak semua orang mengetahui barang yang dibelinya, sehingga membeli dengan harga yang lebih tinggi akan membantu dirinya dan orang lain.
 - b) *Tauliyah*, menjual barang dengan harga yang seimbang antara penjualan dengan pembelian semula.
 - c) *Wadhiah*, yaitu menjual dengan harga yang lebih rendah daripada harga pembeliannya.
 - d) *Musawamah*, yaitu menjual tanpa memperhitungkan harga pembeliannya semula. Jual beli ini terjadi setelah adanya proses tawar-menawar antara penjual dengan pembeli sampai adanya kesepakatan.²¹

²¹ Khosiyah Siah, *Op.Cit.*, hlm. 50-51.

d. Jual Beli Tebasan dalam Islam

Jual beli tebasan adalah jual beli yang dilakukan dengan cara mengambil barang yang diperjualbelikan secara global tanpa terkecuali.²² Dalam hal ini barang yang diperjualbelikan harus sejenis yang berupa tumpukan meskipun diantara tumpukan tersebut salah satu diantaranya terdapat kerusakan wujudnya. Rusastra dikutip oleh Nurul Fathiyah Fauzi dkk menyatakan jual beli tebasan merupakan cara penjualan yang dilakukan berdasarkan taksiran hasil produksi. Umumnya penjualan secara tebasan dilakukan saat akan dipanen, sedangkan pemeliharaan selanjutnya menjadi tanggung jawab pembeli. Sistem tebasan biasanya baru dilakukan oleh petani jika harga cukup baik. Pada kenyataannya para petani menilaisistem tebasan memiliki beberapa kelebihan dan menguntungkan kedua belah pihak. Hampir semua petani sekarang lebih menyukai sistem tebasan karena selain kemudahannya tetapi hasil keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada sistem kiloan (mandiri).²³

Menurut Syekh Jalaludin al-Mahally dalam kitab *Al-Mahally 'ala Minhaji al-Thalibin* menyatakan bahwa jual beli secara tebasan adalah jual beli suatu barang yang masih berupa tumpukan atau bahkan belum diambil sama sekali dari asalnya (pohonnya). Barang yang dijual merupakan barang yang berwujud sebagian dari tumpukan itu atau bahkan total semua barang yang ada namun tidak diketahui kadarnya. Jadi dalam perhitungan harga yang dihitung berdasarkan harga barang secara global atau keseluruhan meskipun salah satu dari barang tersebut ada yang mengalami kerusakan.²⁴ Dalam praktiknya jual beli ikan Bandeng secara tebasan yang dilakukan oleh masyarakat desa Tambakbulusan merupakan jual beli ikan yang masih berada

²² Al-Anshor Yahya Zakaria, *Fathul Wahab*, Darul Ilmi, Surabaya, 1994, hlm 157.

²³ Nur; Fathiyah Fauzi Dkk, Sistem Tebasan Pada Usahatani Padi Dan Dampaknya Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Petani Di Kabupaten Jember, *Jurnal Ilmiah*, Vol, 14, No 1, 2014, hlm. 30.

²⁴ Al-Mahally Jalaluddin, *Al-Mahlly 'Ala Minhaji Al-Thalibin*, Pesantren Petuk, Kediri, 2016, hlm 156.

didalam air. Jual beli tersebut menurut ekonomi keislaman termasuk jual beli *gharar*. Hal tersebut sesuai dengan hadist Rasulullah SAW. Adapun hadist tentang jual beli ikan dalam air adalah:
Rasulullah SAW bersabda

لَا تَشْرَوْا السَّمَكَ فِي الْمَاءِ فَإِنَّهُ غَرَرٌ (رواه أحمد)

“Janganlah kalian membeli ikan dalam air, karena itu *gharar*”. (H.R Ahmad).²⁵

Gharar menurut bahasa berarti *al-khotru* (bahaya atau resiko). Jual beli *gharar* merupakan jual beli yang samar sehingga ada kemungkinan terjadi penipuan. Sedangkan menurut istilah para ulama empat madzab, pengertian *gharar* adalah sebagai berikut:²⁶

- 1) Hanafiah mendefinisikan bahwa *gharar* adalah sesuatu yang tersembunyi sehingga berakibat tidak diketahui apakah ada atau tidaknya.
- 2) Malikiyah mengartikan bahwa *gharar* yaitu sesuatu yang ragu antara selamat (bebas dari cacat) dan rusak.
- 3) Syafi'iyah mengartikan bahwa *gharar* merupakan sesuatu yang tersembunyi akibatnya.
- 4) Hanabilah mendefinisikan bahwa *gharar* ialah sesuatu yang ragu antara dua hal, salah satu dari keduanya tidak jelas.

Jual beli *gharar* juga dapat diartikan sebagai menjual atau membeli barang yang mengandung unsur ketidakjelasan (kesamaran) sehingga dapat menimbulkan kerugian di salah satu pihak yang bertransaksi dan hukumnya diharamkan. Para ulama sepakat membagi *gharar* dalam jual beli dibedakan menjadi tiga macam yaitu *al-gharar al-yatsir*, *al-gharar al-katsir/al-fahisyah*, dan *al-gharar al-mutawassith*.

²⁵ Hajar al-Asqalani Ibnu, *Bulughul Marom min Adillatil Ahkam*, Gema Insani, Depok, 2016, hlm. 329.

²⁶ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2015, hlm. 101.

- 1) Jual beli *Al-Gharar al-Yatsir* merupakan jual beli yang ketidaktahuan yang sedikit dan tidak mengakibatkan perselisihan diantara kedua pihak yang keberadaannya bisa dimaafkan, karena tidak merusak akad. Para ulama memperbolehkan dengan alasan karena kebutuhan (*hajat*). Contohnya jual beli rumah tanpa melihat pondasinya karena tidak terlihat didalam tanah, jual beli air susu yang masih dalam tetek hewan (*bai' al-laban fi al-dhar'i*).
- 2) Jual beli *Al-Gharar al-Katsir/al-Fahisyah* adalah jual beli yang ketidaktahuan sangat banyak sehingga mengakibatkan perselisihan diantara kedua belah pihak dan keberadaannya tidak bisa dimaafkan dalam akad karena menyebabkan akad menjadi batal. Sedangkan dalam syarat jual beli yang sah terdapat syarat yaitu objek akad (*ma'qud 'alaih*) harus diketahui agar terhindar dari perselisihan kemudian hari. Contoh jual beli burung di udara, jual beli ikan yang masih di air, dan lain-lain.
- 3) Jual beli *Al-Gharar al-Mutawassith* yaitu jual beli gharar yang keberadaannya masih dalam perdebatan dikalangan para ulama apakah termasuk dalam *al-gharar al-yatsir* atau *al-gharar al-katsir*, atau keberadaannya di bawah *al-gharar al-yatsir* atau *al-gharar al-katsir* dan berada di atas *al-gharar al-yatsir* atau *al-gharar al-katsir*. Jika meningkat *gharar*-nya dari yang asalnya sedikit maka dimasukkan kepada *al-gharar al-katsir*, sedangkan jika turun *gharar*-nya dari yang asalnya banyak menjadi sedikit maka dimasukkan kedalam *al-gharar al-yatsir*. Misalnya jual beli barang hasil *ghasab*, jual beli buah sebelum tampak baik tidaknya buah tersebut.²⁷

e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Jual Beli Tebasan

Pada dasarnya seorang petani atau penjual melakukan jual beli tebasan disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu:

²⁷ Enang Hidayat, *Op.Cit.*, hlm. 102-103.

1) Faktor internal

a) Untuk memenuhi kebutuhan pokok

Keinginan yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Apabila tidak terpenuhi manusia tidak dapat hidup. Kebutuhan hidup seperti makanan, pakaian, rumah, semua itu akan terpenuhi jika kita mempunyai uang untuk membeli.

b) Sifat kerakusan manusia

Keinginan manusia bersifat tidak terbatas, selalu ingin mendapatkan keinginan lainnya. Saat keinginan satu sudah tercapai, timbul lagi keinginan yang lainnya, begitu seterusnya. Keinginan ini bertujuan untuk memuaskan rentetan keinginan lainnya tetapi semuanya tidak dapat memberi kepuasan. Kerakusan manusia dikarenakan keinginannya yang selalu bertambah.

c) Minimnya pengetahuan agama

Seluruh aktifitas lahir dan batin manusia diatur oleh agama yang dianutnya. Bagaimana kita makan, bergaul, beribadah dan sebagainya ditentukan oleh aturan/tata cara agama.

2) Faktor eksternal

1) Faktor budaya

Budaya merupakan karakter masyarakat secara keseluruhan. Dimana unsur budaya tersebut meliputi kebiasaan, bahasa, pengetahuan, hukum, agama, teknologi dan ciri-ciri lainnya yang dapat memberikan suatu arti bagi kelompok tertentu. Dengan adanya budaya sangat mempengaruhi sikap dan perilaku penduduk. Begitu juga yang terjadi di Desa Batanghari Ogan, para petani sudah terbiasa melakukan jual beli yang sering disebut dengan jual beli ijon. Kebiasaan ini sudah menjadi tradisi di wilayah tersebut.

2) Refrensi kelompok

Referensi kelompok merupakan seorang figur atau sebuah kelompok orang tertentu yang ada dalam suatu lingkungan masyarakat yang dijadikan acuan atau rujukan oleh seorang atau kelompok dalam membentuk pandangan tentang nilai sikap atau sebagai pedoman berperilaku yang memiliki ciri-ciri khusus. Dengan adanya seseorang yang melakukan jual beli dengan sistem ijon dan terbukti mendapatkan keuntungan yang banyak, sehingga memacu petani lain untuk melakukan jual beli dengan sistem ini.

3) Faktor situasional

Orang mungkin berperilaku tidak etis dalam situasi tertentu karena mereka tidak melihat jalan yang lebih baik. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap jual beli yakni jual beli ijon dan demi memenuhi kebutuhan hidupnya mereka (petani duku) melakukan jual beli ijon ini, padahal dalam Islam jual beli ijon dilarang.²⁸

f. Pandangan Ulama Fiqh Terhadap Jual Beli Tebasan

Jual beli ikan Bandeng secara tebasan yang dilakukan oleh masyarakat desa Tambak Bulusan jika dikaitkan dengan fiqh adalah termasuk jual beli gharar. Karena jual beli tersebut dalam melakukan akad tidak disertai dengan penyerahan barang secara langsung sebab benda yang diperdagangkan masih bersifat samar (spekulatif). Pada dasarnya dalam muamalah benda-benda yang di perdagangkan terbagi menjadi dua macam, yaitu: barang yang hadir (benar-benar ada) dan dapat dilihat maka tanpa diperdebatkan lagi benda tersebut boleh di niagakan. Kemudian benda yang tidak terlihat (ghaib) atau tidak dapat dilihat, maka disini akan terjadi perdebatan diantara para ulama.²⁹

²⁸ Mohammad Budiyanto, *Faktor-Faktor Yang Mendorong Penimbunan Bahan Bakar Minyak Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Kampung Kotagajah Timur Kecamatan Kotagajah Lampung Tengah Tahun 2014*, STAIN, 2015, hlm.17-19.

²⁹ Rusyd Ibnu, *Tarjamahan Bidayatul Mujtahid*, Asy Syifa', Semarang, 1990, hlm. 64.

Berikut ini pandangan dari beberapa ulama fiqh tentang jual beli tebasan yaitu:

- 1) Al-Khithabi sebagaimana dikutip Abi Malik Kamal bin al- Sayyid Salim menyebutkan bahwa hukum asal gharar adalah sesuatu yang tidak diketahui karena tersembunyi dan rahasia. Setiap jual beli yang tujuannya samar, tidak diketahui, tidak bisa diukur, maka jual beli tersebut hukumnya batal.³⁰
- 2) Imam Syafi'i dan fuqahnya dikutip Ibnu Rusyd menyatakan jika jual beli yang objek yang diperjualbelikan tidak diserahkan langsung setelah terjadi akad maka hukumnya haram meskipun disebutkan sifat-sifatnya.
- 3) Imam Malik dan ulama Madinah berpendapat bahwa menjual barang yang ghaib (tidak jelas objeknya) maka boleh dilakukan dengan syarat pihak penjual harus menjelaskan semua sifat-sifat dari benda yang diperjualbelikan kepada pembeli sebagai pengganti dari unsur ketidaktahuan tersebut.
- 4) Imam Abu Hanifah dan fuqahnya menyatakan bahwa menjual barang ghaib (tidak jelas) hukumnya diperbolehkan tanpa harus menyebutkan sifat-sifatnya tetapi pihak pembeli diberikan hak memilih atau *khiyar*, apabila pembeli menyukai benda tersebut maka jual beli boleh di teruskan. Sebaliknya jika pembeli tidak menyukai benda yang diperjualbelikan meskipun akad sudah terjadi maka pembeli boleh membatalkannya.³¹

Khiyar dalam jual beli adalah menentukan alternatif antara dua hal yaitu membatalkan atau meneruskan. Allah mengizinkan *khiyar* sebagai alat pemupuk cinta sesama manusia dan penghindar dari perasaan dendam. *Khiyar* dibedakan menjadi tiga yaitu:

³⁰ Enang Hidayat, *Op.Cit*, hlm 104

³¹ Rusyd Ibnu, *Op.Cit*, hlm 65

1) Khiyar Majelis

Imam Syafi'i dan Ahmad berpendapat bahwa jika jual beli telah terjadi, kedua belah pihak mempunyai hak *khiyar majlis* selama mereka belum berpisah dan menetapkan pilihannya untuk melangsungkan jual belinya. Alasan Imam Syafi'i mengacu pada hadis yang berbunyi: “*Dari Hakim dan Khazam menerangkan bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda, 'Penjual dan pembeli itu berhak khiyar selama keduanya belum berpisah. Apabila keduanya terang-terangan dan blak-blakan diberkahi jual beli mereka, dan jika sembunyi-sembunyi, tipu-tipuan maka dilebur berkahnya'*” (Muttafaq ‘alaih).

Perpisahan dalam hadist diatas adalah perpisahan tubuh. Sedangkan Imam Abu Hanifah dan Imam Malik berpendapat bahwa kedua belah pihak tidak mempunyai hak *khiyaratul majlis* dengan sebab karena lazimnya jual beli itu karena selesainya ijab kabul jual beli dan berlaku menurut syara' maka tidak diperlukannya lagi *khiyar majlis* lagi selain *khiyar syarat*.³²

2) Khiyar Syarat

Khiyar syarat adalah gambaran tentang kondisi kondisi orang yang mengadakan perikatan dengan syarat perjanjian bahwa ia mempunyai hak pilih dalam melangsungkan atau membatalkan jual belinya. Dengan demikian *khiyar syarat* adalah hak pilih yang telah dijanjikan lebih dahulu. Salah satu pihak atau keduanya sah membuatnya sebagaimana halnya kebolehan membuat perjanjian bersyarat dengan ini kepada orang ketiga. Misalnya seseorang berkata “Barang yang telah saya beli dari kamu ini, *khiyar*-nya pada si fulan”. Durasi *khiyar syarat* menurut Imam Abu Hanifah dan As-Syafi'i adalah 3 hari, tidak boleh melebihi dari waktu tersebut.³³

3) Khiyar Ru'yah

Para fuqaha sepakat tentang jelasnya barang dan harganya sebagai syarat sah jual beli, tetapi mereka memperselisihkan

³² Suhendi Hendi, *Op. Cit.*, hlm. 83.

³³ Khosyi'ah Siah, *Op.Cit.*, hlm. 128-129.

sebagian bentuk jual beli yang barangnya tidak jelas dan tidak diketahui secara mutlak. Oleh sebab itu bentuk jual beli semacam ini harus dicarikan solusinya dengan transaksi yang diiringi dengan *khiyar ru'yah*, artinya seorang yang membeli suatu barang yang belum pernah melihatnya. Jika telah melihat barang tersebut baik-baik saja, maka boleh diteruskan atau dibatalkan walaupun sebelum melihatnya telah terjadi transaksi secara lisan dan telah menyetujuinya. Para fuqaha berpendapat bahwa *khiyar ru'yah* tidak dibatasi waktu tertentu karena waktu *khiyar* dalam hadist adalah mutlak. Tetapi ada juga sebagian fuqaha membatasinya dengan waktu yang memungkinkan untuk membatalkan jual beli setelah melihat yang dibeli. Jika kemungkinan waktu tersebut ada, tetapi tidak digunakan maka hilanglah *khiyar ru'yah* itu hingga tidak menyiksa penjual karena lamanya waktu yang lazim digunakan dalam akad bagi pembeli.³⁴

2. Penetapan Harga

a. Pengertian Penetapan Harga

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Menurut Tjiptono menyebutkan bahwa harga merupakan satu – satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga bukan hanya angka-angka yang tertera dilabel suatu kemasan atau rak toko, tapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Sewa lahan, biaya transport, upah karyawan, biaya penyimpanan, dan gaji semuanya merupakan harga yang harus anda bayar untuk mendapatkan barang atau jasa.³⁵

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang

³⁴Khosyi'ah Siah, *Op.Cit.*, hlm. 130-132.

³⁵ Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran: Edisi Pertama*, Andi Ofset, Yogyakarta, 2008, hlm 151.

menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong, harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.³⁶ Penetapan harga merupakan tugas pokok yang menunjang keberhasilan operasi organisasi yang berorientasi pada profit atau nonprofit, namun keputusan mengenai harga tidak mudah dilakukan.

Pengertian dari penetapan harga menurut Buchori Alma adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti dalam jangka waktu tertentu.³⁷ Sedangkan menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Molan menyatakan bahwa suatu perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan nilai yang diberikan dan dipahami pelanggan. Jika harganya ternyata lebih tinggi dari pada nilai yang diterima, perusahaan tersebut akan kehilangan kemungkinan untuk memetik laba, jika harganya ternyata terlalu rendah dari pada nilai yang diterima, perusahaan tersebut tidak akan berhasil menuai kemungkinan memperoleh laba.³⁸

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga

Menurut Stanton pada dasarnya ada tiga faktor yang mempengaruhi penetapan harga yaitu:³⁹

1) Memperkirakan Permintaan Produk (*Estimate for the Product*)

Terdapat dua langkah memperkirakan permintaan, diantaranya yaitu:

a) Memperkirakan beberapa besarnya harga yang diharapkan (*The expected price*)

³⁶ Kotler, Philip, dan Amstrong, Gery, *Dasar-Dasar Pemasaran: Edisi Kedua Belas. Jilid 1, Alih bahasa Bob Sarban*. Erlangga, Jakarta 2008, hlm 345.

³⁷ Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung, 2004, hlm 120

³⁸ Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran: Edisi ke 13, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta, 2009, hlm 142.

³⁹ Sunyoto Danang, *Perilaku Konsumen*, CAPS, Yogyakarta, 2013, hlm. 172.

Harga yang diharapkan untuk suatu produk adalah harga yang secara sadar atau tidak sadar dinilai oleh pelanggan . dalam hal ini para penjual harus dapat memperkirakan bagaimana reaksi para konsumen jika ikan Bandeng harganya dinaikkan atau diturunkan. Apakah reaksi para pelanggan bersifat *in elastis, elastis atau inverse demand*. *In elastis demand* artinya apabila harga pokok tersebut dinaikkan atau diturunkan maka reaksinya terhadap perubahan barang yang diminta tidak begitu besar. *Elastic demand* artinya jika harga produk tersebut dinaikkan atau diturunkan maka reaksinya terhadap perubahan jumlah, barang yang diminta besar sekali. *Inverse demand* artinya apabila harga produk dinaikkan maka justru permintaan naik.

- b) Memperkirakan penjualan dengan harga yang beredar (*Estimate of sales at varios price*)

Manajemen eksekutif harus juga dapat memperkirakan volume penjualan dengan harga yang berbeda sehingga dapat ditentukan jumlah permintaan, elastisitas permintaan dan titik impas yang mungkin tercapai.

2) Reaksi Pesaing (*Competitive Reactions*)

Pesaing merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penciptaan harga terutama sekali ancaman persaingan yang potensial. Sumber persaingan tersebut berasal dari tiga macam yaitu:

- a) Produk yang serupa, misalnya ikan Bandeng dengan ikan Gurame, Kepiting dengan Rajungan.
- b) Produk pengganti, misalnya ikan Bandeng dengan ikan Mujair, ikan Kakap dengan ikan Lele.
- c) Produk yang tidak serupa tetapi mencari konsumen yang sama, misalnya produk perahu dengan teknik mesin (otomotif).

3) Bauran pemasaran lainnya (*other parts of the marketing mix*)

a) Produk

Kegunaan produk, baru atau tidaknya produk, modifikasi produk da lain-lain.

b) Saluran distribusi

Tipe saluran dan tipe pialang yang dipergunakan akan mempengaruhi penetapan harga, harga grosir tentu berbeda dengan harga ke pengecer.

c) Promosi

Promosi dilakukan oleh produsen dan jika dilakukan oleh distributor tentu berbeda dalam menetapkan harga kepada distributor.⁴⁰

c. Prosedur Penetapan Harga

Dalam menetapkan harga pada sebuah produk, maka pelaku usaha harus memenuhi enam tahapan yaitu:

- 1) Pelaku usaha dengan hati-hati menyusun tujuan-tujuan pemasarannya, misalnya mempertahankan hidup, meningkatkan laba saat itu ingin memenangkan bagian pasar atau kualitas produk.
- 2) Pelaku usaha menentukan kurva permintaan yang memperlihatkan kemungkinan jumlah produk yang akan terjual per periode, pada tingkat-tingkat harga alternatif. Permintaan yang semakin tidak elastis semakin tinggi pula harga yang dapat ditetapkan oleh perusahaan.
- 3) Pelaku usaha memperkirakan bagaimana biaya akan bervariasi pada tingkat produksi yang berbeda-beda.
- 4) Pelaku usaha mengamati harga-harga pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga mereka sendiri.
- 5) Pelaku usaha memilih salah satu dari metode penetapan harga terdiri dari penetapan harga biasa plus, analisis pulang pokok dan

⁴⁰*Ibid.*, hlm. 174.

penetapan harga yang sesuai dengan laju perkembangan dan penetapan harga dalam sampul tertutup.

- 6) Pelaku usaha memilih harga final, menyatakannya dalam cara psikologis yang paling efektif dan mengeceknya untuk meyakinkan bahwa harga tersebut sesuai dengan kebijakan penetapan harga perusahaan serta sesuai pula dengan para penyalur, grosir, pesaing, pemasok dan pemerintah.⁴¹

Permintaan suatu barang berkaitan dengan interaksi antara penjual dengan pembeli di pasar yang akan menentukan tingkat harga suatu barang yang berlaku di pasar serta jumlah barang tersebut akan diperjualbelikan di pasar. Interaksi tersebut biasanya diterangkan dalam teori permintaan. Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang atau jasa) serta menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta dengan dan harga serta pembentukan kurva permintaan. Suatu komoditas dihasilkan oleh produsen karena dibutuhkan oleh konsumen dan bersedia untuk membelinya. Konsumen mau membeli komoditas-komoditas yang mereka butuhkan jika harganya sesuai dengan keinginan mereka dan jika komoditas itu berguna untuk dirinya. Komoditas-komoditas yang dikonsumsi mempunyai sifat-sifat yang khas sebagaimana yang terdapat dalam faktor-faktor produksi yaitu semakin banyak komoditas tersebut dikonsumsi maka kegunaan komoditas tersebut semakin berkurang. Misalnya kita mempunyai lima ekor ikan Bandeng, kemudian kita dapatkan kegunaan yang amat tinggi dari ikan Bandeng pertama dan setelah itu kegunaan akan berkurang pada ikan Bandeng kedua, ketiga, keempat, dan kelima. Dengan keadaan ini berarti pembeli akan bersedia membeli lebih banyak komoditas jika harga satuan dari komoditas tersebut menjadi lebih rendah.⁴²

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 171-172.

⁴² Sugiarto dkk, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 34-36.

Permintaan seseorang atau masyarakat terhadap komoditas (barang) ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:⁴³

- 1) Harga komoditas itu sendiri
 - 2) Harga komoditas lain yang berkaitan dengan komoditas tersebut
 - 3) Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat
 - 4) Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat
 - 5) Citarasa masyarakat
 - 6) Jumlah penduduk
 - 7) Ramalan mengenai keadaan dimasa mendatang, dan lain-lain.
- d. Strategi Penetapan Harga

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam dunia bisnis, yaitu suatu biaya yang harus dikeluarkan oleh pembeli untuk menukarkan dengan produk yang diinginkan. Harga akan menjadi bahan pertimbangan utama oleh mayoritas konsumen sebelum membeli sebuah produk. Harga juga mencerminkan kualitas sebuah produk sehingga perlu dilakukan yang namanya penetapan harga. Dari kebanyakan teori ekonomi, setiap perusahaan selalu berorientasi pada seberapa besar pendapatan yang diperoleh. Tetapi dalam perkembangannya tujuan dari penetapan sebenarnya bukan hanya berdasarkan tingkat perolehan saja, melainkan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan non ekonomis lainnya. Ada beberapa strategi dalam penetapan harga diantaranya yaitu:

- 1) Penetapan harga berdasarkan biaya

Strategi ini merupakan cara umum yang diterapkan oleh setiap perusahaan, yaitu strategi yang penetapan harga berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan menambahkan suatu jumlah presentasi untuk menghasilkan laba. Terdapat 3 macam penetapan harga berdasarkan biaya adalah sebagai berikut:

- a) *Cost plus pricing method* yaitu penetapan harga jual per-unit dengan cara menghitung jumlah biaya per-unit ditambah

⁴³ *Ibid.*, hlm. 37.

beberapa jumlah sebagai laba atau biasa disebut dengan *margin*.

Rumus = Biaya Total + Laba = Harga Jual

- b) *Mark-up pricing* yaitu penetapan harga yang banyak digunakan oleh pedagang perantara yakni dengan menambahkan sejumlah laba saja.

Rumus: Harga Beli + Mark-up = Harga Jual

- c) *Target pricing* yaitu penetapan harga yang dilakukan berdasarkan tingkat pengembalian investasi (ROI) sesuai yang diinginkan.

2) Penetapan harga berdasarkan permintaan

Strategi penetapan harga berdasarkan permintaan yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pendekatan terhadap kebutuhan konsumen. Strategi ini juga melewati proses penetapan harga yang didasari persepsi konsumen terhadap nilai/value yang diterima. Untuk mengetahui suatu nilai dari produk yang berkualitas maka dengan cara melakukan *Price Sensitivity Meter* (PSM) atau uji sensitivitas harga. Tetapi untuk menanggapi aneka macam konsumen yang menginginkan suatu produk, juga dapat melakukan deskriminasi harga. Deskriminasi harga adalah kebijakan menentukan harga jual yang berbeda-beda untuk satu jenis barang yang sama dalam satu segmen pasar. Macam-macam deskriminasi harga dapat dilakukan misalnya, deskriminasi terhadap wilayah, konsumen, waktu dan kualitas produk.

3) Penetapan harga berdasarkan persaingan

Pada strategi ini penetapan harga berdasarkan persaingan yaitu penentuan harga jual dengan mempertimbangkan harga jual yang sudah atau akan ditetapkan oleh pesaing. Ada 2 strategi penetapan harga berdasarkan persaingan diantaranya yaitu:

- a) *Perceived value* yaitu penetapan harga jual berdasarkan harga rata-rata perusahaan lainnya.

b) *Sealed value* yaitu penetapan harga jual berdasarkan penawaran yang diajukan oleh pesaing.⁴⁴

e. Penetapan Harga dalam Islam

Penetapan harga dalam agama Islam juga pernah dibahas. Secara etimologi kata *at-tas'ir* seakar dengan kata *as-sa'ir* (harga) yang berarti penetapan harga. Para ulama fiqh membagi *as-sa'ir* menjadi dua macam. *Pertama* harga yang berlaku secara alami tanpa campur tangan dan ulah para pedagang. Dalam harga seperti ini para pedagang bebas menjual barangnya sesuai dengan harga sewajarnya dengan mempertimbangkan keuntungannya. Pemerintah dalam harga yang berlaku secara alami ini tidak boleh ikut campur tangan karena campur tangan pemerintah dalam kasus ini dapat membatasi hak para pedagang. *Kedua* harga suatu komoditi yang ditetapkan pemerintah setelah mempertimbangkan modal dan keuntungan bagi pedagang dan keadaan ekonomi masyarakat. Penetapan harga dari pemerintah sering disebut dengan *at-tas'ir al-jabari*.⁴⁵

Dasar hukum *at-tas'ir al-jabari* tidak dijumpai dalam Al-Qur'an namun ditemukan dalam hadist. Kemudian dari hadist tersebut dilogika yang dijadikan sebagai induk yang mengatakan bahwa penetapan harga itu dibolehkan. Adapun hadis yang berkaitan dengan penetapan harga adalah harga yang diriwayatkan dari Anas Ibn Malik. Dalam riwayat itu dikatakan:

عَلَا السَّعْرُ فَقَالَ النَّاسُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ عَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا. فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِطُ الرَّزَاقُ لَا رَجُوَ أَنْ أَلْقَى اللَّهُ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ. (رواه البخارى ومسلم وأبو داود وابن ماجه والترمذى وأحمد بن حنبل وابن حبان عن أنس بن مالك)

“Pada zaman Rasulullah SAW terjadi perlonjakan harga di pasar, lalu sekelompok orang menghadap Rasulullah SAW seraya mereka berkata: Ya Rasulullah harga-harga di pasar kian melonjak begitu tinggi, tolonglah tetapkan harga itu. Rasulullah SAW menjawab: sesungguhnya Allah yang (berhak) menetapkan harga, dan menahannya, melapangkan dan memberi rezeki. Saya berharap akan

⁴⁴ Sunarto, *Akuntansi Manajemen*, AMUS Yogyakarta, Yogyakarta, 2004, hlm. 179-185

⁴⁵ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Gaya Media Pratama, Jakarta, 2007, hlm. 139.

bertemu dengan Allah dan janganlah seseorang diantara kalian menuntut saya untuk berlaku zalim dalam soal harga dan nyawa. (HR al-Bukhari, Muslim, Abu Dawud, at-Tirmidzi, Ibn Majah, Ahmad Ibn Hanbal, dan Ibn Hibban).

Ibn Qudamah, Ibn Taimiyah dan Ibn Qayyim al-Jauziyyah membagi bentuk penetapan harga menjadi dua macam yaitu penetapan harga yang zalim dan penetapan harga yang bersifat adil. Penetapan harga yang bersifat zalim adalah penetapan harga yang dilakukan pemerintah yang tidak sesuai dengan keadaan pasar serta tanpa mempertimbangkan kemaslahatan para pedagang. Menurut mereka apabila harga suatu komoditi melonjak naik disebabkan terbatasnya barang dan banyaknya permintaan, maka dalam hal ini pemerintah tidak boleh ikut campur dalam harga ini. Jika pemerintah ikut menetapkan harga dalam keadaan seperti ini, dapat dikatakan bahwa pemerintah telah melakukan suatu kezaliman terhadap para pedagang. Kemudian penetapan harga yang dibolehkan yaitu ketika terjadi suatu perlonjakan harga yang tajam disebabkan ulah para pedagang. Apabila para pedagang terbukti memperlmainkan harga, sedangkan hal itu menyangkut kepentingan orang banyak dibandingkan dengan kepentingan kelompok terbatas maka pemerintah wajib melakukan penetapan harga.⁴⁶

f. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga yang paling umum biasanya selalu dikaitkan dengan pendapatan, keuntungan, dan membangun permintaan. Berikut adalah tujuan penetapan harga yaitu:

1) Mendapat pendapatan dan laba

Suatu harga dapat terbentuk melalui kekuatan tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Makin besar daya beli konsumen semakin besar pula kemungkinan bagi penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Demikian penjual

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 143-144.

mempunyai harapan untuk mendapatkan keuntungan maksimum sesuai dengan kondisi yang ada. Sasaran yang dituju dalam pendapatan mungkin bisa dipecah berdasarkan divisi, unit geografis, jenis jasa dan bahkan segmen pelanggan utama.

- 2) Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian penjualan bersih

Harga yang dapat dipakai dari penjualan dimaksudkan pula untuk menutup investasi secara berangsur-angsur. Dana yang dipakai untuk mengembalikan investasi hanya dapat diambilkan dari laba perusahaan dan laba hanya dapat diperoleh bila harga jual bisa lebih besar dari jumlah biaya seluruhnya.

- 3) Mencegah atau mengurangi persaingan

Tujuan mencegah atau mengurangi persaingan dapat dilakukan melalui kebijakan harga yang sesuai. Hal ini dapat diketahui bilamana para penjual menawarkan barang dengan harga yang sama.

- 4) Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

Memperbaiki *market share* hanya dapat dilaksanakan bilamana kemampuan dan kapasitas produksi perusahaan masih cukup longgar, disamping juga kemampuan dibidang lain seperti pemasaran, keuangan, dan sebagainya. Bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan yang sangat terbatas biasanya penentuan harga ditujukan hanya sekedar untuk mempertahankan *market share* dan perbaikan *market share*.⁴⁷

3. Pengambilan Keputusan Panen

a. Pengertian Pengambilan Keputusan Panen

Panen merupakan perjalanan akhir dari suatu proses budidaya. Dalam usaha pembesaran ikan Bandeng, panen ikan Bandeng sebaiknya direncanakan jauh-jauh hari sebelum budidaya itu dilakukan atau bahkan

⁴⁷ Lovelock Christopher, *Pemasaran Jasa Perspektif Indonesia Edisi Ketujuh*, Erlangga, Jakarta, 2010, hlm. 159-161.

sebelumnya.⁴⁸ Dari hasil panen dapat diketahui budidaya yang dilakukan membuahkan hasil atau tidak. Jumlah panen di akhir budidaya akan mempengaruhi tinggi rendahnya keuntungan yang diterima. Sehingga semakin banyak semakin tinggi pula keuntungan yang didapatnya. Pemanenan ikan Bandeng harus memperhatikan umur ikan, cara memanen dan waktu memanen agar memenuhi memenuhi standar mutu pasar⁴⁹

Pelaku usaha apabila ingin melaksanakan proses pemanenan harus mengambil keputusan yang tepat dengan mempertimbangkan berbagai masalah sehingga resiko yang muncul dapat dikendalikan. Pengambilan keputusan panen adalah suatu proses untuk memilih salah satu cara atau arah tindakan dari berbagai alternatif yang ada dalam pengambilan hasil budidaya dengan tujuan memperoleh hasil yang diinginkan.⁵⁰ Dalam ekonomi bebas teori pengambilan keputusan menyatakan sebagai berikut: “*bagaimana memberi pedoman atau pegangan kepada individu atau kelompok dalam mengambil keputusan sekaligus memperbaiki proses pengambilan keputusan dalam kondisi tidak pasti*”. Seorang pemilik usaha selalu dihadapkan pada pengambilan keputusan yang kompleks meskipun dalam kondisi pasti karena berbagai variabel yang mempengaruhi dianggap diketahui tanpa adanya pertanyaan (*to be known without questions*).⁵¹

b. Proses Pengambilan Keputusan Panen

Proses pengambilan keputusan panen dapat dipandang sebagai sebuah arus dari penelitian sampai desain dan kemudian penentuan alternatif yang dilihat sudah tepat (pemilihan). Pada setiap tahap hasilnya mungkin dikembalikan pada tahap sebelumnya untuk dimulai lagi. Oleh sebab itu tahapan tersebut merupakan elemen atau bagian terpenting

⁴⁸ Sudradjat Achmad, *Panen Bandeng 50 Hari*, Penebar Swadaya, Depok, 2011, Hlm. 65

⁴⁹ Cahyono Bambang, *Budidaya Ikan Bandeng Tambak Payau Dan Tambak Sawah*, Pustaka Mina, Jakarta, 2011, hlm. 65.

⁵⁰ Firdaus Muhammad, *Manajemen Agribisnis*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2010, hlm. 132.

⁵¹ Prawirosentono Suyadi dan Dewi Primasari, *Manajemen Strategik dan Pengambilan Keputusan Korporasi*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2014, hlm. 100.

dalam sebuah proses yang kontinu.⁵² Disisi lain proses pengambilan keputusan panen hanyalah merupakan prosedur yang logis untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menghasilkan pemecahan masalah dalam proses pemanenan. Dalam keadaan apapun yang profesional merupakan proses sistematis yang melibatkan beberapa langkah yang khusus. Proses pengambilan keputusan panen terdiri atas empat tahap sebagai berikut:

1) Mengidentifikasi Masalah

Masalah pokok yang dihadapi oleh seorang pemilik usaha adalah berada dalam situasi dan kondisi tertentu. Seorang pemilik usaha pembesaran ikan Bandeng harus bisa mempunyai kemampuan untuk mengidentifikasi masalah. Tahapan ini merupakan yang paling sulit, karena sering kali dijumpai antara gejala dengan masalah yang sesungguhnya sering terjadi kerancuan. Sehingga dalam mengambil keputusan banyak pemilik usaha pembesaran ikan Bandeng diiringi keraguan dan hasilnya kurang memuaskan.

2) Merumuskan Berbagai Alternatif

Seorang pelaku usaha harus bisa merumuskan berbagai alternatif penyelesaian masalah yang dihadapi. Beberapa alternatif kadang-kadang dapat diperbaiki dengan mempertimbangkan pengalaman diwaktu yang lalu. Oleh sebab itu apabila pelaku usaha pembesaran ikan Bandeng ingin melakukan pemanenan harus mempunyai informasi sebanyak mungkin yang berkaitan dengan panen untuk mempertimbangkan keputusan yang akan diambil.

3) Menganalisis Alternatif

Pada tahapan ini memerlukan pertimbangan mengenai laba rugi untuk setiap alternatif karena hal ini menyangkut tujuan jangka panjang dan jangka pendek dalam usaha, meskipun dalam analisis harus dilakukan secara objektif, tetapi proses pemilihan akhir pasti mengandung unsur penilaian yang subjektif.

⁵²Siswanto, *Pengantar Manajemen*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hlm. 175.

- 4) Mengusulkan suatu penyelesaian dan menyarankan suatu rencana tindakan

Setelah melewati semua tahap-tahap diatas, seorang pemimpin dapat menyarankan suatu penyelesaian yang logis, walaupun pada kenyataannya, kesempatan dan resiko yang dihadapi sama tetapi kesimpulan yang diambil dapat berbeda-beda diantara para atasan atau pemimpin.⁵³

c. Indikator Pengambilan Keputusan

Indikator pengambilan keputusan menurut Syamsi dalam buku pengambilan keputusan dan sistem informas sebagai berikut:

- 1) Tujuan

Tujuan tersebut harus disesuaikan dengan tingkat relevansi dengan kebutuhan, kejelasan, dan kemampuan dalam memprediksi hasil yang diinginkan.

- 2) Identifikasi alternatif

Identifikasi alternatif maksudnya adalah untuk mencapai tujuan tersebut, maka sebaiknya dibuatkan alternatif tertentu yang nantinya perlu dipilih salah satunya yang dianggap paling tepat.

- 3) Faktor yang tidak diketahui sebelumnya

Faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya artinya adalah keberhasilan pemilihan alternatif itu baru dapat diketahui setelah putusan itu dilaksanakan. Waktu yang akan datang tidak dapat diketahui dengan pasti, oleh karena itu kemampuan pemimpin atau pemilik usaha untuk memperkirakan masa yang akan datang sangat menentukan terhadap tingkat keberhasilan suatu keputusan yang akan dipilihnya.

- 4) Dibutuhkan sarana untuk mengukur hasil yang dicapai

Dibutuhkannya sarana untuk mengukur hasil yang dicapai artinya adalah masing-masing alternatif perlu disertai akibat positif dan negatifnya, termasuk sudah diperhitungkan di dalamnya

⁵³ Firdaus Muhammad, *Op. Cit*, hlm. 133-134.

uncontrollable event-nya. Alternatif-alternatif tersebut menggunakan sarana atau alat untuk mengukur yang akan diperoleh atau pengeluaran yang perlu dilakukan dari setiap kombinasi alternatif keputusan dan peristiwa di luar jangkauan manusia itu.⁵⁴

d. Pengambilan Keputusan Panen

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa kehidupan dalam menjalankan usaha pembesaran ikan Bandeng harus tepat dalam mengambil keputusan panen agar resiko yang merugikan bisa ditekan sekecil mungkin. Oleh karena itu dibutuhkan pengetahuan yang komprehensif tentang teknik pengambilan keputusan dalam pemanenan ikan Bandeng. Dalam pengambilan keputusan panen seorang pemilik usaha harus mengetahui klasifikasi kondisi saat pengambilan keputusan. Kaitannya dengan klasifikasi pengambilan keputusan secara umum dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1) Keputusan dalam kondisi pasti

Dalam kondisi pasti proses pengambilan keputusan yang dilakukan adalah berlangsung tanpa ada banyak alternatif, keputusan yang diambil sudah jelas pada fokus yang dituju. Hal itu karena faktor-faktor yang mempengaruhinya sudah diketahui secara pasti.

2) Keputusan dalam kondisi tidak pasti

Pada kondisi ini seperti ini proses lahirnya keputusan lebih sulit atau lebih kompleks dalam artian keputusan yang dibuat belum diketahui nilai probabilitasnya. Situasi seperti ini terjadi karena minimnya informasi yang diperoleh baik informasi yang bersifat obyektif atau yang bersifat subyektif. Untuk menghindari situasi semacam ini cara yang tepat adalah mencari informasi sebanyak mungkin baik bersifat obyektif ataupun subyektif dan menggunakan

⁵⁴ Syamsi Ibnu, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2002, hlm 103.

beberapa metode pengambilan keputusan yang sesuai dengan kondisi yang muncul.⁵⁵

3) Keputusan Beresiko

Sebenarnya semua keputusan itu mengandung resiko, tetapi bila kondisinya serba pasti, artinya semua informasi dan faktor yang mempengaruhinya dapat dikendalikan oleh pihak pengambil keputusan maka keputusan tersebut pasti dan tanpa resiko (resikonya nol). Dalam kehidupan sering kali terjadi permasalahan yang timbul dan harus diputuskan menjadi serba tidak pasti. Dalam kondisi ini sang pengambil keputusan berarti dibawah kondisi beresiko. Maka langkah diambil adalah harus mengukur peluang dari setiap alternatif keputusan yang diambil.⁵⁶

e. Pengambilan Keputusan Panen Menurut Islam

Pengambilan keputusan Islami adalah pengambilan keputusan yang dilakukan sesuai dengan syari'at (hukum) Islam atau dengan pengertian lain pengambilan keputusan Islami yaitu proses memilih dari berbagai alternatif sesuai dengan tuntunan Islam. Menurut pandangan Islam, ketika berbicara tentang pengambilan keputusan tidaklah semata-mata hanya berpatokan kepada perkembangan dari sisi material suatu usaha yang dijalankan. Namun harus mampu melihat sisi yang lainnya, seperti yang di ajarkan Islam tentang *hablumminallah* (hubungan baik dengan Allah), *hamblumminannas* (hubungan baik dengan manusia).⁵⁷

Dalam ekonomi Islam setiap perbuatan atau tindakan harus berlandaskan pada empat sumber hukum (Al-Qur'an, Al-Hadist, Ijma', Qiyas). Hal tersebut juga berlaku dalam kegiatan bermualamah atau berdagang. Pada usaha pembesaran ikan Bandeng dalam mengambil keputusan untuk melakukan panen tidak boleh bertentangan dengan

⁵⁵ Fahmi Irham dan Syahiruddin dkk, *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Aplikasi*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm. 204-205.

⁵⁶ Prawirosentono Suyadi dan Dewi Primasari, *Op. Cit.*, hlm. 99.

⁵⁷ Herdiana Abdurahman Nana, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 165.

hukum Islam yang berlaku. Artinya pelaku usaha tidak boleh menghalalkan segala cara atau alternatif untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Allah SWT bersabda dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّىْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً ۗ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِيْهَا
 مَنۢ يُّفْسِدُ فِيْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ
 اِنِّىْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿٣٠﴾

Artinya: *Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan khalifah di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau". Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui".*⁵⁸

Dari ayat tersebut telah dijelaskan bahwa Allah menjadikan bumi seisinya untuk kelangsungan hidup manusia sebagai khalifah, maka dalam mengelolanya tidak boleh sewenang-wenang dan harus sesuai dengan ketentuan Allah yang sudah tertuang pada Al-Qur'an. Seperti pada pelaku usaha yang mempunyai bisnis pembesaran ikan Bandeng yang akan melakukan panen hasil bisnisnya. Panen ikan Bandeng merupakan perjalanan akhir dari kegiatan usaha budidaya atau pembesaran ikan Bandeng. Sebagai seorang muslim dalam mempertimbangkan alternatif untuk mengambil hasil usaha pembesaran ikan Bandengnya harus menjunjung tinggi nilai kejujuran dan tidak menimbulkan kerugian diantara kedua belah pihak.

⁵⁸ Al-Qur'an dan Terjemahannya Departemen Agama RI.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitannya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh .Nurul Fathiyah Fauzi, Yuli Hariyati dan Joni Murti Mulyo Aji pada tahun 2014 yang berjudul “Sistem Tebasan Pada Usahatani Padi dan Dampaknya Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Petani di Kabupaten Jember”. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa: (1) Mekanisme sistem jual sendiri: mayoritas petani responden menjual langsung ke pedagang dalam bentuk gabah Kering Sawah (GKS) dengan tenaga kerja panen borongan atau harian. Upah tenaga kerja menjadi tanggung jawab petani. Biaya angkut dan biaya pengemasan (zak) ditanggung pedagang. Transaksi penjualan dilakukan di tempat pedagang. Mekanisme sistem tebasan melibatkan peluncur sebagai penghubung antara penebas dengan petani. Padi yang ditebasan berumur kurang dari 1-2 minggu sebelum panen, terjadi tawar-menawar harga antara peluncur dengan petani atau antara petani dengan penebas. Jika terjadi kesepakatan harga maka penebas akan memberikan uang muka pembayaran atau uang panjer dan sisanya akan dibayarkan pada saat panen. Keseluruhan biaya tenaga kerja dan biaya panen lainnya menjadi tanggung jawab penebas. (2) Dampak positif tebasan: mengurangi/meminimalkan resiko dan memudahkan petani dalam proses panen dan pemasaran.⁵⁹

Relevansi penelitian Nurul Fathiyah, Yuli Hariyati, dan Joni Murti Mulyo Aji dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama melaksanakan proses pemanenan dengan sistem tebasan atau borongan. Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada penelitian terdahulu membutuhkan adanya peluncur (penghubung antara petani dengan penebas) dalam melaksanakan sistem tebasan, sedangkan penelitian yang akan datang tidak membutuhkan peluncur tetapi cukup petani dengan penebas. Kemudian proses penyerahan

⁵⁹ Nurul Fathiyah dkk, Sistem Tebasan Pada Usahatani Padi dan Dampaknya Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Petani Di Kabupaten Jember, *E-Jurnal Ilmiah Inovasi*, Vol.14, No. 1, 2014, hlm 26-34.

uang kesepakatan dibayarkan kepada petani sebesar 50% diawal dan pelunasannya setelah pemanenan padi, sedangkan pada penelitian yang akan datang proses pembayaran uang kesepakatan ikan Bandeng dibayarkan kepada petani secara tunai dan tidak boleh diangsur.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Cornelia Dumarya Manik tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Panel Listrik Pada PT. Cakra Raya Teknologi Di Tangerang Kota”. Tujuan dari penelitian adalah 1) Untuk mengetahui harga yang diberikan oleh PT. Cakra Raya Teknologi, 2) Untuk mengetahui keputusan pembelian pada PT. Cakra Raya Teknologi, dan 3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis koefisien kolerasi sebesar $r = 0,7236$, maka dilihat dari tabel termasuk kedalam interval 0,60-0,799 dengan tingkat pengaruh KUAT, regresi linier sederhana diperoleh $Y = 15,7 + 0,626 X$. Uji koefisien determinasi $KD = 52,35\%$ menunjukkan bahwa kontribusi penetapan harga panel listrik terhadap keputusan pembelian pada PT. Cakra Raya Teknologi 52,35%. sedangkan selebihnya yaitu sebesar 47,65% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji signifikasi diketahui bahwa $t > t_{table}$ atau $9,20 > 1,6649$ yang artinya bahwa ditolak dan diterima. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Panel Listrik pada PT. Cakra Raya Teknologi di Tangerang Kota.⁶⁰

Relevansi antara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang seberapa besar variabel bebas (penetapan harga) dalam mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek yang diteliti pada penelitian ini yaitu produk dari PT. Cakra Raya Teknologi berupa panel listrik, namun untuk objek pada penelitian yang akan

⁶⁰ Cornelia Dumarya Manik, Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Panel Listrik Pada PT. Cakra Raya Teknologi Di Tangerang Kota, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol, 1, No, 1, 2017, hlm 110.

dilakukan adalah produk hasil pembesaran benih ikan bandeng yakni ikan bandeng yang sudah dipanen.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nadhiroh dan Yolamalinda dari Fakultas Studi Pendidikan Ekonomi STKIP-PGRI Sumbar tahun 2013 yang berjudul “Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Dharmasraya”. Dari hasil penelitian diperoleh pengujian regresi berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (harga dan promosi) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pengaruh positif terbesar terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di Dharmasraya adalah pada variabel (X1) hal ini ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,559, kemudian diikuti oleh variabel promosi (X2) yang ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,117. Dari hasil penelitian ini disarankan harga yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, diharapkan perusahaan dapat mempertahankannya. Untuk variabel promosi yang tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen diharapkan perusahaan dapat meningkatkannya agar tidak kalah dengan perusahaan pesaing lainnya.⁶¹

Relevansi antara penelitian Nadhiroh dan Yolamalinda dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama membahas tentang seberapa besar variabel penetapan harga dalam memberikan pengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian oleh konsumen. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada objek yang diteliti yang mana objek yang dijadikan penelitian Nadhiroh yaitu produk dari sepeda motor bermerek Honda. Sedangkan objek yang dijadikan penelitian pada penelitian yang akan dilakukan adalah produk perikanan yaitu ikan bandeng.

4. Penelitian yang dilakukan Rizky Y.S Emor dan Agus Supandi Soegoto dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado pada

⁶¹ Nadhiroh dan Yolamalinda, Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Dharmasraya, *Journal of Economic and Economic Education*, Vol, 2, No, 1, 2013, hlm 28-32.

tahun 2015 yang berjudul “Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Tanjung Batu”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana penulis terlibat langsung dalam penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh potongan harga, citra merek, dan servicescape terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara simultan maupun secara parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik simultan maupun secara parsial potongan harga, citra merek, dan servicescape berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.⁶²

Relevansi penelitian Rizky Y.S Emor dan A.S. Soegoto dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Perbedaannya yaitu pada penelitian Rizky Y.S Emor dan A.S Soegoto variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah potongan harga, citra merek, dan servicescape. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah jual beli secara tebasan dan penetapan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kemudian perbedaan selanjutnya adalah terletak pada objek penelitian yang mana objek pada penelitian yang akan dilakukan berupa hasil pembesaran dari benih ikan bandeng tetapi untuk penelitian Rizky Y.S Emor objek penelitiannya berupa kumpulan dari beberapa produk organisasi profit lainnya.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Azizi dan Hikmah di Balai Besar Riset Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan Jalan. KS. Tubun Petamburan VI, Jakarta pada tahun 2008 yang berjudul “Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Dalam Pengadopsian Paket Teknologi Budidaya Udang Di Tanah Laut Kalimantan Selatan”. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pengadopsian paket

⁶² Rizky Y.S Emor dan Agus Supandi Soegoto, Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret Tanjung Batu, *Jurnal EMBA*, Vol, 3, No, 2, 2015, hlm 740.

teknologi budidaya udang telah dilakukan pada tahun 2006 di Kabupaten Tanah Laut, lokasi riset adalah Kabupaten Tanah Laut Propinsi Kalimantan Selatan. Hasil Riset menunjukkan bahwa faktor faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan secara diskriptif adalah 66,66 % keputusan diambil secara individu. Akan tetapi apabila dilihat dari karakteristik internal hasil analisis statistik, koefisien korelasi (rs) faktor faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pengadopsian paket teknologi budidaya udang adalah umur (0,820), pendidikan formal (0,529), tingkat pendapatan (0,821), kekosmopolitan (0,785), pengalaman berusaha (0,660), pola nafkah (0,744) dan tingkat kepercayaan (0,486). Kemudian apabila dilihat dari faktor eksternal, faktor yang mempengaruhi adalah keuntungan (0,789), mudah untuk diusahakan (0,493), referensi kelompok (0,724), akses modal (0,747) dan ketersediaan informasi. (0,818). Hal ini memperlihatkan bahwa faktor tersebut mempunyai hubungan yang erat pengambilan keputusan.⁶³

Relevansi antara penelitian Ahmad Azizi dan Hikmah dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama melakukan penelitian tentang pengambilan keputusan yang diambil oleh pelaku usaha perikanan agar usaha yang digeluti tetap bertahan dan berkembang. Perbedaan penelitian Ahmad Azizi dan Hikmah dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang diteliti Ahmad Aziz dan Hikmah berupa pengambilan keputusan dalam memilih paket pengadopsian paket teknologi untuk mengembangkan usaha budidaya udang, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan adalah meneliti variabel-variabel yang mempengaruhi pemilik usaha dalam pengambilan keputusan panen usaha pembesaran ikan Bandeng.

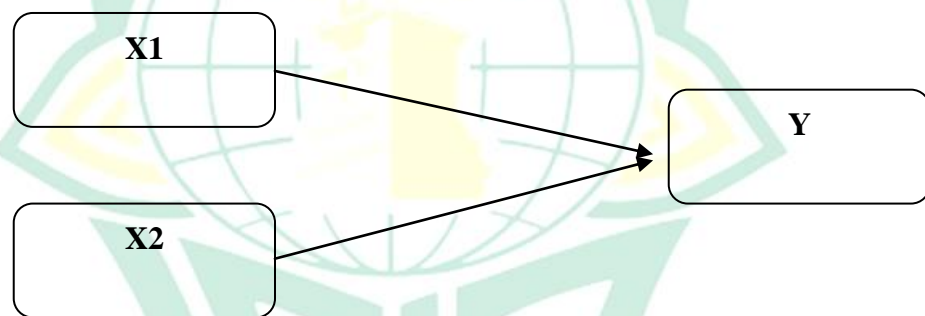
⁶³ Azizi Achmad Dan Hikmah, Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Dalam Pengadopsian Paket Teknologi Budidaya Udang di Tanah Laut Kalimantan Selatan, *E-Jurnal Bijak dan Riset Sosek KP*, Vol. 3, No. 2, 2008, hlm 213

C. Kerangka Berpikir

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya kerangka pemikiran yang merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁶⁴

Berdasarkan kajian pustaka dan beberapa dasar teori yang ada serta pemahaman terhadap penelitian sebelumnya yaitu berdasar pada data yang ada di lapangan dan obeservasi, maka berikut ini dibentuk kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Keterangan:

1. X1 = Jual Beli Tebasan atau Borongan
2. X2 = Penetapan Harga
3. Y = Pengambilan Keputusan Panen

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hypo* (belum tentu benar) dan *tesis* (kesimpulan). Menurut Sekaran mendefinisikan hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel yang diungkap dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Dengan demikian ada keterkaitan antara

⁶⁴Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitas, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, Cet. 15, 2012, hlm. 91.

perumusan masalah dengan hipotesis karena perumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian. Pertanyaan harus dijawab pada hipotesis. Jawaban pada hipotesis ini didasarkan pada teori dan empiris yang telah dikaji pada kajian teori sebelumnya.⁶⁵

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis dan hasil penemuan beberapa penelitian, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Jual Beli Tebasan Terhadap Pengambilan Keputusan Panen

Penelitian terdahulu Nurul fathiyah Fauzi, Yuli Hariyati, dan Joni Murti Mulyo Aji pada tahun 2014 yang berjudul “*Sistem Tebasan Pada Usahatani Padi dan Dampaknya Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Petani di Kabupaten Jember*”. Berdasarkan penelitian ini terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha tani padi dengan sistem tebas. Oleh sebab itu penelitian ini diajukan hipotesis:

Gambar 2.2

Hipotesis Penelitian



H1 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan jual beli tebasan terhadap pengambilan keputusan panen (studi kasus usaha pembesaran ikan Bandeng di desa Tambak Bulusan, Karang Tengah, Demak).

2. Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Panen

Penelitian terdahulu oleh Cornelia Dumarya Manik tahun 2017 yang berjudul “*Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Panel Listrik Pada PT. Cakra Raya Teknologi Di Tangerang Kota*”. Berdasarkan penelitian ini mempunyai pengaruh positif dan

⁶⁵ Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Kencana, Jakarta, 2014, hlm. 79-80.

signifikan terhadap keputusan pembelian panel listrik pada PT. Cakra Raya Teknologi di Tangerang Kota. Oleh karena penelitian ini diajukan hipotesis:

Gambar 2.3

Hipotesis Penelitian



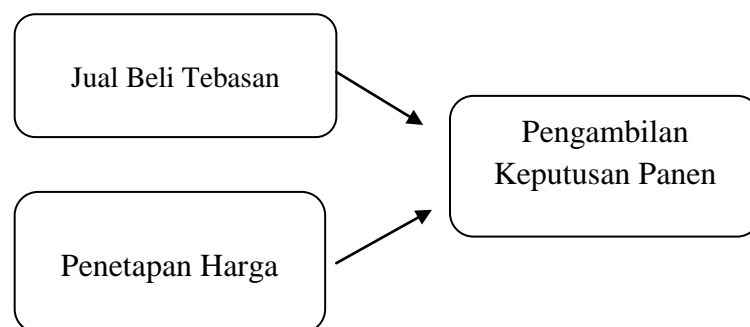
H2 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penetapan harga terhadap pengambilan keputusan panen (studi kasus usaha pembesaran ikan Bandeng di desa Tambak Bulusan, Karang Tengah, Demak).

3. Pengaruh Budaya Jual Beli Tebasan dan Penetapan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Panen

Penelitian terdahulu Rizky Y.S Emor dan Agus Supandi Soegoto dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado pada tahun 2015 yang berjudul “*Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, dan Servicescape Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Tanjung Batu*”. Berdasarkan penelitian tersebut mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret Tanjung Batu. Oleh sebab ini penelitian diajukan hipotesis:

Gambar 2.4

Hipotesis Penelitian



H3 : Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan jual beli tebasan dan penetapan harga secara simultan terhadap pengambilan keputusan panen (studi kasus usaha pembesaran ikan Bandeng di desa Tambak Bulusan, Karang Tengah, Demak).

