

POLA TAWAR-MENAWAR PADA PASAR TRADISIONAL KOTA PALANGKA RAYA: SESUAIKAH DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM?

Arif Mubarak¹, Lulu Naimatul Khairiah²

Correspondence address: barokah.pky@gmail.com¹

Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya^{1,2}

ABSTRAK

Tawar-menawar adalah hal yang mubah (boleh) dalam Islam, begitu juga jika dipandang dari sudut hukum positif tawar-menawar adalah hal yang diperbolehkan. Momen tawar-menawar inilah yang menarik perhatian untuk dijabarkan lebih lanjut guna menjelaskan pola tawar-menawar yang umum terjadi pada Pasar Tradisional di Kota Palangka Raya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan hasil yang sistematis dan fakta yang akurat serta karakteristik di bidang tertentu dengan melakukan investigasi mendalam dengan objek penelitian pola tawar-menawar dan subjek pembeli dan penjual di Pasar Tradisional Kota Palangka Raya dan subjek pembeli dan penjual. Lokus penelitian berada di Komplek Pasar Besar Palangka Raya yang dirasa cukup untuk mewakili karakteristik dari pasar tradisional lainnya yang ada di Kota Palangka Raya. Pola tawar-menawar di Pasar Tradisional Palangka Raya secara garis besar terdiri atas bahasa, taktik atau teknik, serta gaya atau gestur. Dari hasil analisis ditemukan beberapa hal yang dirasa sesuai dan tidak sesuai dengan etika bisnis Islam terutama dalam hal taktik atau teknik yang dilakukan karena ditemukannya unsur kedzaliman dan perilaku meminta-minta yang tidak dianjurkan dalam syariat Islam. Tujuan dari tawar-menawar dalam Islam tidak sekedar memperoleh keuntungan dunia, melainkan juga memperoleh keberkahan dari apa yang diperoleh kelak.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Tawar-menawar

PENDAHULUAN

Jual beli merupakan salah satu kegiatan yang diatur di dalam fiqh muamalah, jual beli dalam istilah fiqh disebut al-bai' yang berarti menukar, menjual atau mengganti suatu barang dengan barang yang lain. Jual beli merupakan suatu transaksi yang terjadi diantara kedua belah pihak terkait pertukaran uang dan barang. Disamping itu objek yang diperjual belikan harus bermanfaat bagi pemiiknya (Janah, 2020). Jual beli merupakan transaksi tukar – menukar harta dengan harta menggunakan cara tertentu yang bertujuan untuk memindahkan kepemilikan. Dasar hukum jual beli salah satunya ada dalam Q.S Al – Baqarah (2) ayat 275 (Tousiya dan Surahman).

Kegiatan jual beli sendiri adalah diperbolehkan baik dalam Al-qur'an, hadist maupun dari rujukan hukum Islam yang lainnya selama di dalamnya tidak mengandung riba dan merugikan orang lain (Shobirin, 2016). Islam melarang seluruh jenis transaksi jual beli yang memiliki unsur kejahatan ataupun penipuan. Semua orang yang terlibat dalam transaksi ekonomi yang tidak dijelaskan secara seksama, akan menyebabkan beberapa orang mungkin mendapat manfaat atau menarik keuntungan sementara dari pihak lain akan merasa dirugikan (Sartika, Maulida, 2022).

Kegiatan jual beli erat kaitannya dengan tawar-menawar. Arti kata tawar-menawar adalah saling meminta pengurangan harga (tuntutan dan sebagainya) (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016). Dapat dipahami bahwa tawar-menawar merupakan suatu komunikasi antara penjual dan pembeli sebelum adanya keputusan untuk meneruskan atau membatalkan jual beli. Hingga kesepakatan harga terpenuhi dalam proses tawar-menawar barulah terjadi transaksi yang disebut jual beli. Hampir pada setiap kegiatan muamalah terutama jual beli selalu terjadi tawar-menawar terkecuali pada produk-produk yang telah menetapkan label harga dan tidak memungkinkan untuk ditawar seperti di pasar modern atau supermarket.

Tawar-menawar pada umumnya terjadi pada transaksi jual beli di pasar-pasar tradisional. Namun tidak menutup kemungkinan tawar-menawar terjadi di tempat lain, misalnya ialah *thrift store*. Ketika berbelanja di *thrift store*, pembeli cenderung melakukan tawar menawar untuk mendapatkan diskon dan melihat kondisi baju yang memiliki kecacatan misalnya terdapat noda di baju yang akan dibeli.

Pasar tradisional di Kota Palangka Raya tersebar di beberapa wilayah. Namun yang tertua dan terbesar berada di Komplek Pasar Besar Palangka Raya yang berada di jalan Ahmad Yani. Pasar Besar Palangka Raya tergolong dapat mewakili keseluruhan karakteristik pasar tradisional yang ada di Kota Palangka Raya, karena di Pasar Besar Palangka Raya menjual berbagai produk seperti sembako, pakaian (fashion), alat transportasi seperti sepeda dan toko bahan bangunan.

Tawar-menawar adalah hal yang mubah (boleh) dalam Islam, begitu juga jika dipandang dari sudut hukum positif tawar-menawar adalah hal yang diperbolehkan. Akan tetapi jangan sampai proses tawar-menawar menimbulkan selisih paham atau bahkan sampai menjurus ke tindak kedzaliman seperti adanya unsur pemaksaan atau menyakiti perasaan orang lain. Meskipun ada sebuah ungkapan pembeli (konsumen) adalah Raja, bukan berarti pembeli memiliki kuasa penuh untuk memerintah penjual (produsen) untuk menuruti semua yang dia inginkan terlebih jika keinginan tersebut merugikan salah satu pihak. Namun masih ada saja pembeli (konsumen) yang memaknai istilah tersebut dengan respon yang berlebihan seperti menawar harga produk jauh di bawah harga yang ditawarkan bahkan lebih dari 50% dari harga awal. Beberapa pembeli berasumsi bahwa harga yang ditetapkan oleh penjual tidak wajar dengan kualitas produk

yang dijual sehingga harga jual tersebut sebenarnya jauh lebih mahal dari harga modal.

Memang dalam proses tawar-menawar tidak ada aturan secara tertulis berapa harga batasan maksimal dalam menawar, karena produsen pun tidak diberikan batasan dalam menetapkan harga jual dan mengambil keuntungan. Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran dan keadilan ekonomi dengan mempertimbangkan kepentingan para pihak yang terlibat di pasar (Muslimin et al., 2020). Melalui proses tawar-menawar pembeli dan penjual bersepakat dengan harga produk. Pembeli ingin memperoleh harga serendah mungkin sedangkan penjual ingin memperoleh keuntungan setinggi mungkin. Sehingga dalam beberapa praktiknya pembeli (konsumen) memiliki beberapa pola agar dalam proses tawar-menawar keinginannya dapat terpenuhi.

Momen tawar-menawar inilah yang menarik perhatian untuk dijabarkan lebih lanjut guna menjelaskan pola tawar-menawar yang umum terjadi pada pasar tradisional di Kota Palangka Raya. Makna pola pada penelitian ini akan membahas tentang bahasa, taktik atau teknik serta gaya atau gestur, penjual dan pembeli dalam praktik tawar-menawar, serta menganalisis pesan-pesan substantif untuk memenangkan proses tawar-menawar. Setelah penjabaran pola tawar-menawar yang terjadi pada pasar tradisional di Kota Palangka Raya, maka pola tersebut akan dianalisis dalam perspektif etika bisnis Islam guna melihat apakah ada unsur-unsur yang melanggar atau tidak sesuai dengan kajian etika bisnis Islam.

TEORI DAN HIPOTESIS

Tawar menawar merupakan suatu bagian dari tindakan ekonomi sebagai salah satu pembuka jalan pemasukan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan oleh seseorang. *Bargaining power* atau daya tawar adalah ukuran kemampuan satu pihak untuk mempengaruhi pihak lain. Ini adalah poin penting dalam negosiasi karena pihak dengan daya tawar yang lebih tinggi dapat menggunakan situasi mereka untuk mencapai kesepakatan yang lebih diinginkan dengan pihak lain (Maulana, Oktaviani. 2022).

Fungsi penawaran adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan semua faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti halnya pada permintaan, maka penawaran pun dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya yaitu harga komoditi itu sendiri, harga barang lain yang berkaitan, harga barang-barang *input* dan tahap perkembangan teknologi (2021).

Di dalam pembahasan ini tawar-menawar diposisikan berada di bawah negosiasi, yang mana negosiasi sendiri adalah suatu tindakan atau kegiatan untuk mencari kesepakatan untuk mencapai persetujuan antara kedua belah pihak baik dari penjual maupun pembeli yang sedang melakukan negosiasi. Tawar menawar

pada umumnya sering terjadi di pasar tradisional dan menjadi budaya yang lumrah atau biasa bagi masyarakat baik dari pihak penjual maupun pembeli (Parmitasari, 2019). Tawar-menawar sudah menjadi budaya dalam transaksi jual beli, dan selama budaya atau adat tersebut tidak bertentangan dengan syariat Islam yakni tidak menimbulkan mudaharat serta memberikan manfaat maka dapat diamalkan (Fawzi, 2018), sebagaimana kaidah fiqh, yaitu :

العادةُ محكمةٌ

Artinya : “adat kebiasaan bisa dijadikan hukum.”

Tawar-menawar seperti menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam kegiatan muamalah. Karena tawar-menawar memiliki kaitan dengan muamalah maka ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan yaitu kejujuran, pelayanan (keramahan) dan sikap perilaku (Ayyub, 2018). Praktik tawar-menawar dibolehkan dengan syarat terpenuhinya syarat dan rukun jual belinya, namun kebolehan tersebut ada batasan yaitu terbebas dari unsur penipuan, kecurangan, keterpaksaan dalam praktik dan tujuannya dan hal yang bertentangan dengan Al-Qur'an, Hadis, atau ketentuan dalam fikih Muamalah (Abdullah, 2017).

Kejujuran dalam bermuamalah merupakan hal yang paling penting, seperti halnya pada kegiatan jual beli. Dengan perilaku jujur penjual akan memberikan seluruh informasi tentang baik buruknya produk yang didagangkan kepada pembeli tanpa ada yang disembunyikan. Kejujuran penjual akan mempengaruhi persepsi pembeli kedepannya, baik dalam hal minat dan keputusan pembelian (Nurjanah et al., 2022), kepuasan, loyalitas (Ramdaniah et al., 2022), hingga terbentuknya pola tawar-menawar antara penjual dan pembeli.

Hal utama dalam penerapan nilai kejujuran pada praktik bisnis adalah keberkahan atas hasil usaha baik di dunia maupun di akhirat, sebagaimana sabda Rasulullah SAW (Muzaiyin, 2018):

عن أبي سعيد الخدري رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم قال : التاجر
الصدوق الأمين مع النبيين والصدّيقين والشهداء

Artinya : *Dari Abi Sa'id Al-Khudri RA, berkata . bahwa Nabi SAW telah bersabda: “penjual yang jujur dan dapat dipercaya kelak pada hari kiamat akan mendapat kedudukan bersama para Nabi, para Shiddiqin, dan para Syuhada’.”* (HR. Tirmidzi dan berkata Hadist Hasan).

Dari hadis di atas dapat kita pahami bahwa penjual yang jujur diberikan tawaran untuk memperoleh kedudukan yang mulia, maka bagi penjual yang mampu

memegang prinsip kejujuran rasa lelahnya di dunia akan terbayarkan juga kelak di akhirat. Prinsip kejujuran tidak hanya berlaku pada penjual saja tetapi juga bagi pembeli. Terlebih pembeli juga terdorong untuk memperoleh keuntungan yang terkadang membuatnya lupa akan prinsip kejujuran seperti dalam hal tawar-menawar.

Selain kejujuran, pelayanan yang memuaskan dan keramahan yang diberikan menjadi hal yang perlu diperhatikan. Pelayanan dapat diukur dari bagaimana etika serta moralitas penjual dan bagaimana cara bersikap tutur bahasa penjual kepada calon pembeli. Penjual harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi yang baik dengan cara yang sopan, ramah dan bertanggung jawab terhadap apa yang diucapkan, serta bagaimana cara penjual membangun suasana yang tetap baik pada saat tawar-menawar.

Meskipun pelayanan menjadi tanggungjawab penjual bukan berarti pembeli tidak perlu memperhatikan etika dan tutur bahasa kepada penjual. Sikap pembeli terhadap penjual adalah hubungan sebab-akibat, yang ketika pembeli menginginkan pelayanan yang ramah maka penjual pun ingin tanggapan yang serupa dari pembeli. Penerapan pelayanan dalam praktik tawar-menawar adalah hubungan dua arah yakni pembeli dan penjual. Tawar-menawar biasanya dimulai dari pembeli terlebih dahulu yang merasa belum cocok dengan harga yang diberikan penjual, sehingga bagaimana sikap pembeli saat melakukan tawar-menawar akan direspon oleh penjual dengan sikap yang sama. Jika pembeli bersikap ramah saat melakukan tawar-menawar maka penjual pun akan menanggapi dengan sikap yang ramah.

Tujuan Tawar-Menawar

Tujuan tawar-menawar dalam muamalah adalah terciptanya kesepakatan antara kedua belah pihak yakni pembeli (konsumen) dengan penjual (produsen) dan bagi pembeli target dari tawar-menawar adalah memperbesar peluang untuk mendapat harga produk yang lebih murah. Sedangkan bagi penjual target dari tawar-menawar adalah memperbesar peluang untuk meningkatkan volume penjualan dengan tingkat keuntungan optimum. Dalam sudut pandang Islam target utama dari tawar-menawar sebenarnya bukan sekedar keuntungan, melainkan keridaan yang hadir dalam kesepakatan harga antara penjual dan pembeli (Enang, 2015). Sebagaimana yang terdapat dalam kaidah fiqih:

فاصل البيوع كلها مباح إذا كان برضى المتبايعين الجائزي الأمر فيما تبايعا. إلا ما نهي عنه رسول الله
صلى الله عليه وسلم

Artinya : “*Hukum asal jual beli adalah boleh apabila terdapat kerelaan dari penjual dan pembeli pada jual beli yang diperbolehkan, kecuali terdapat dalil dari Rasulullah SAW yang melarang.*”

Keridaan menjadi hal yang mutlak dalam bermuamalah terutama kegiatan jual beli. Keridaan tidak hanya kalimat yang diucapkan melalui lisan tetapi keridaan adalah amalan hati, tidak ada yang tau selain Allah dan pemilik hati. Maka bentuk kesepakatan atau keridaan letaknya ada di dalam hati dan tidak wajib untuk diucapkan dengan lisan. Terkadang lisan berucap rida namun hati tetap dengan keterpaksaan dan kekecewaan. Terlebih pada kegiatan jual-beli tidak jarang ditemui pola tawar-menawar yang secara tidak disadari membuat salah satu pihak kecewa dan belum mampu ikhlas sepenuhnya. Meskipun transaksi jual beli yang dilakukan sah secara syarat, namun secara etika perlu ditinjau kembali agar makna keridaan benar-benar terpenuhi. Sebagaimana yang tercantum dalam Firman Allah Q.S An-Nisa : 4: (29) (Al-Quran Dan Terjemahnya, 2020):

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

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.*”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan hasil yang sistematis dan fakta yang akurat serta karakteristik di bidang tertentu dengan melakukan investigasi mendalam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang berhubungan langsung dengan subjek penelitian yakni penjual dan pembeli dengan objek penelitian pola tawar-menawar di Pasar Tradisional Kota Palangka Raya.

Adapun pengumpulan data menggunakan teknik wawancara terbuka kepada subjek penelitian yakni pembeli dan penjual yang ada di Pasar Tradisional Kota Palangka Raya. Wawancara terbuka terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang sedemikian rupa bentuknya sehingga responden tidak terbatas dalam menjawab pernyataan yang diberikan. Peneliti melakukan wawancara terbuka melalui tatap

muka dengan pembeli secara langsung, kemudian peneliti mengajukan beberapa pernyataan kepada responden (pembeli) yang bertujuan untuk mengetahui praktik tawar menawar yang terjadi di pasar tradisional di Kota Palangka Raya.

Terdapat beberapa pasar tradisional di Kota Palangka Raya, namun yang terbesar dan tertua adalah Komplek Pasar Besar Palangka Raya yang menjual berbagai macam produk seperti sembako, fashion, hingga bahan bangunan. Maka lokasi Komplek Pasar Besar Palangka Raya dirasa cukup untuk mewakili karakteristik dari pasar tradisional lainnya yang ada di Kota Palangka Raya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik tawar-menawar yang terjadi di Pasar Tradisional sering kali dianggap hal biasa dan sehingga dianggap tidak ada permasalahan selama ini. Jika ditelisik lebih jeli baik secara observasi maupun wawancara, ternyata dalam praktiknya masih terdapat hal-hal yang memungkinkan terjadinya ketidaksesuaian antara praktik tawar-menawar yang biasa dilakukan di pasar tradisional jika ditinjau dari sudut pandang etika bisnis Islam. Pola dalam tawar-menawar yang terjadi perlu dianalisis secara mendalam baik dalam ruang lingkup bahasa, gaya dan gestur, maupun taktik atau teknik. Serta perlu dikaji juga pesan-pesan substantif yang ada pada praktik tawar-menawar.

Bahasa

Bahasa merupakan alat terpenting dalam hidup dilingkungan sosial. Bahasa memungkinkan kita menyampaikan ide, gagasan dan pikiran kita pada orang lain untuk mencapai maksud-maksud yang diinginkan baik dalam ujaran, maupun dalam percakapan (Amna, Afrianti. 2023). Pada praktiknya, penggunaan Bahasa dalam tawar-menawar yang terjadi pada umumnya di Pasar Tradisional Kota Palangka Raya menggunakan beberapa bahasa daerah yakni Bahasa Banjar, Dayak dan Jawa. Ketiga Bahasa daerah ini yang menjadi Bahasa dominan dalam transaksi jual beli terutama proses tawar-menawar. Beberapa responden menyebutkan jika melakukan tawar-menawar menggunakan Bahasa daerah yang sama-sama dimengerti antara pembeli dan penjual akan membuat proses tawar-menawar lebih mudah baik kemudahan dalam hal komunikasi maupun kemudahan untuk bersepakat dengan harga. Unsur kesamaan suku dapat mempengaruhi kesepakatan harga pada tawar-menawar produk.

Pelaku ekonomi di Pasar Tradisional Kota Palangka Raya tidak hanya terdiri dari suku Banjar, Dayak, dan Jawa saja, meskipun ketiga suku ini merupakan dominan di Kota Palangka Raya. Masyarakat pendatang yang belum menguasai minimal bahasa Banjar akan menggunakan bahasa Indonesia. Lambat laun para pendatang akan segera menyesuaikan dengan bahasa yang sering digunakan yakni bahasa Banjar. Namun demikian, Bahasa Indonesia tetap menjadi

Bahasa utama yang digunakan apabila terjadi ketidakpahaman komunikasi dalam tawar-menawar.

Taktik dan Teknik

Tawar-menawar memang bisa dan biasa dilakukan oleh semua orang dengan taktik dan teknik yang berbeda-beda. Praktik tawar-menawar di Pasar Tradisional Kota Palangka Raya yang umumnya ditemui yakni pembeli mengawali dengan mencari produk yang sesuai dengan keinginan. Sebagai contoh jika pembeli mencari produk fashion maka pembeli akan mencari jenis, bahan, ukuran hingga warna produk yang diinginkan. Tidak jarang pembeli meminta untuk mencoba bermacam-macam jenis produk, warna, bahkan ukuran sampai akhirnya menemukan satu produk yang dirasa paling cocok barulah kemudian melakukan tawar-menawar. Cara ini dapat dilakukan untuk mempengaruhi tawar-menawar, karena jika tawaran harga dari pembeli tidak disepakati maka penjual akan rugi karena barang dagangan berantakan tapi pembeli tidak jadi membeli. Maka beberapa penjual mengatakan cara pembeli seperti ini kadang membuat penjual merasa keberatan, namun mengingat bahwa pembeli harus dilayani dengan baik maka ada sedikit keterpaksaan penjual menuruti keinginan pembeli dengan tetap menjaga sikap ramah tamah dan santun.

Pada proses tawar-menawar, terkadang ada pembeli yang menawar harga 50% lebih murah dari harga yang ditawarkan oleh penjual. Beberapa pembeli berasumsi bahwa harga produk yang dijual sebenarnya pun telah dinaikkan lebih dari 50% atau dua kali lipat dari harga modal, padahal jika dilihat dari kualitas produk yang dijual pun tidak setara dengan harga yang ditawarkan penjual. Beberapa penjual di pasar tradisional pun tidak memungkiri bahwa harga produk yang dijual telah dinaikkan lebih dari 50%, namun ini dilakukan karena penjual melihat kebiasaan pembeli yang suka menawar jauh di bawah harga jual, maka lebih baik produk yang dijual pun dinaikkan harganya.

Apabila proses tawar-menawar belum menemui titik kesepakatan, tidak jarang pula pembeli membandingkan harga produk disatu toko dengan toko yang lain. Bahkan ada pembeli berucap bahwa harga ditoko sebelah lebih murah, apabila penjual tidak mau menurunkan harga lebih murah dari toko sebelah maka pembeli akan beralih. Pada kenyataannya tidak selalu apa yang diucapkan pembeli seperti tersebut sesuai dengan fakta. Dari beberapa responden yang ditemui, ucapan tersebut hanya untuk mempengaruhi keputusan penjual saja yang sebenarnya pembeli pun tidak mengetahui harga sebenarnya apalagi sampai melakukan perbandingan harga.

Selain mempengaruhi keputusan penjual dalam tawar-menawar dengan menyebutkan perbandingan harga, beberapa pembeli juga sering menyebut bahwa dirinya sering beli di toko milik si penjual dan sudah menjadi pelanggan tetap.

Dengan demikian pembeli berharap bahwa penjual akan memberikan harga lebih murah atau menerima tawaran harga dari si pembeli.

Gaya atau Gestur

Beberapa pembeli memiliki gestur atau gaya yang berbeda dalam proses tawar-menawar, namun gestur yang sering ditemui dalam praktik tawar-menawar adalah berpura-pura beralih meninggalkan lapak penjual apabila harga yang ditawarkan tidak kunjung disepakati. Dengan melakukan gestur berpura-pura pergi atau beralih ke penjual lain para pembeli berharap penjual akan terpengaruh untuk menyepakati tawaran harga karena khawatir calon pembelinya beralih ke penjual lain. Biasanya jika tawaran pembeli tidak disepakati oleh penjual, maka pembeli tidak akan jadi membeli dan langsung beralih. Namun di dalam hati pembeli berharap penjual akan memanggil dan bersepakat dengan tawaran harga dari pembeli.

Tinjauan Etika Bisnis Islam

Tawar-menawar adalah bagian dari negosiasi yang merupakan suatu tindakan atau kegiatan untuk mencari kesepakatan untuk mencapai persetujuan antara kedua belah pihak baik dari penjual maupun pembeli yang sedang bertransaksi (Parmitasari, 2019). Praktik tawar-menawar merupakan penerapan dari teori permintaan dan penawaran. Dari teori permintaan dapat diketahui bahwasanya konsumen atau pembeli selalu menginginkan harga yang lebih rendah dari yang ditawarkan oleh produsen atau penjual. Akibat dari ketidaksepehaman harga tersebut terjadilah tawar-menawar hingga diperoleh kesepakatan harga antara kedua belah pihak atas suatu produk yang disebut juga sebagai titik keseimbangan pasar.

Pada dasarnya tawar-menawar merupakan bagian dari muamalah dan tidaklah terlarang dalam Islam. Namun jika ditinjau dalam perspektif etika bisnis Islam maka praktik tawar-menawar pada suatu objek yang melibatkan dua atau lebih subjek perlu ditelisik dan dianalisis secara mendalam. Apabila dalam praktiknya ditemukan suatu hal yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yang berdasar pada syariat Islam hingga menimbulkan *mudharat*, maka harus ada pembenahan agar praktik tersebut kembali ke jalur yang berkesesuaian dengan syariat Islam. Tujuan Islam mengatur bukan karena ingin membuat kreatifitas manusia terhenti melainkan menjaga manusia agar tidak terjatuh pada suatu kerugian dan kesengsaraan.

Tawar-menawar umumnya terjadi di pasar tradisional sebab harga jual produk di pasar tradisional cenderung fleksibel ketimbang pasar modern seperti supermarket. Pasar Tradisional di Kota Palangka Raya ada beberapa jumlahnya, namun yang tertua dan terbesar adalah Komplek Pasar Besar Palangka Raya di

Jalan A. Yani. Pelaku ekonomi di Pasar Tradisional Kota Palangka Raya didominasi oleh masyarakat suku Banjar, Dayak, dan Jawa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik tawar-menawar yang terjadi di Pasar Tradisional Kota Palangka Raya tergambarkan dalam tiga pola yakni bahasa, taktik atau teknik, serta gaya atau gestur.

Dari segi bahasa tidak ditemukan suatu penyimpangan atau hal yang melanggar syariat Islam. Penggunaan bahasa apapun dalam bermuamalah merupakan hal yang sah, bahkan bagi seorang yang bisu dan tuli pun tetap dapat bermuamalah tanpa mengucapkan atau mendengarkan sepeatah katapun. Selama bahasa yang dipergunakan adalah bahasa yang baik, sopan dan tidak menimbulkan makna ganda atau ambigu maka boleh dipergunakan dalam praktik tawar-menawar. Adapun menyengaja menggunakan bahasa daerah tertentu dengan tujuan mempengaruhi penjual agar memberikan harga lebih murah atau bersepakat dengan tawaran harga yang ditawarkan pembeli dirasa tidak mengapa selama tidak ada unsur paksaan dan niatan buruk. Allah berfirman dalam Al-Quran Surah Fathir ayat 10 (Al-Quran Dan Terjemahnya, 2020):

مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعِزَّةَ فَلِلَّهِ الْعِزَّةُ جَمِيعًا إِلَيْهِ يَصْعَدُ الْكَلِمُ الطَّيِّبُ وَالْعَمَلُ الصَّالِحُ يَرْفَعُهُ وَالَّذِينَ يَمْكُرُونَ السَّيِّئَاتِ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَكْرُ أُولَئِكَ هُوَ يُبْورُ

Artinya: “Barangsiapa menginginkan kemuliaan, maka (ketahuilah) bahwa kemuliaan itu semuanya hanya milik Allah. Kepada-Nyalah akan naik perkataan-perkataan yang baik, dan Dia akan mengangkat amal kebajikan. Adapun orang-orang yang merencanakan kejahatan, mereka akan memperoleh azab yang sangat keras, dan rencana jahat mereka akan hancur” (Q.S Fathir: 10)

Dari segi taktik maupun teknik yang ditemukan, ada beberapa hal yang perlu dibahas yakni pertama terkait sikap pembeli yang meminta penjual untuk menampilkan beberapa produk sehingga merepotkan penjual. Ketika harga yang ditawarkan pembeli tidak disepakati oleh penjual maka pembeli akan beralih begitu saja dengan meninggalkan barang-barang dagangan yang masih berantakan. Beberapa penjual terkadang merasa terpaksa menerima tawaran harga ketimbang pembeli tidak jadi membeli, asalkan masih memperoleh untung ketimbang sia-sia dengan dagangan yang berantakan.

Tidak jarang beberapa penjual ada yang merasa sakit hati, perilaku pembeli yang seperti ini. ini sebenarnya kurang tepat untuk dilakukan terlebih jika ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam. Memilih produk memang hak pembeli, namun jika ada unsur kesengajaan dari pembeli untuk merepotkan penjual dengan tujuan mempengaruhi keputusan penjual maka dikhawatirkan perbuatan ini termasuk

dalam kedzaliman yang dapat berbalik kepada diri sendiri. Rasulullah SAW bersabda:

وَعَنْ أَبِي صِرْمَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ:
مَنْ ضَارَّ مُسْلِمًا ضَارَّهُ اللَّهُ، وَمَنْ شَاقَّ مُسْلِمًا شَقَّ اللَّهُ عَلَيْهِ

Artinya “*Dari shahabat Abi Shirmah radhiyallahu Ta’ala ‘anhu beliau berkata, Rasulullah shallallahu ‘alayhi wa sallam bersabda: Barangsiapa yang memberi kemudharatan kepada seorang muslim, maka Allah akan memberi kemudharatan kepadanya, barangsiapa yang merepotkan (menyusahkan) seorang muslim maka Allah akan menyusahkan dia*” (Hadits riwayat Abu Dawud nomor 3635).

Meskipun sudah sewajarnya penjual melayani apa keinginan pembeli, seharusnya pembeli juga tau batasan saat sedang memilih-milih produk. Agar tidak terjadi praktik seperti ini, sewajarnya pembeli harus memiliki gambaran dan target terlebih dahulu produk dengan jenis seperti apa yang diinginkan.

Taktik selanjutnya yang ditemukan dalam penelitian ini adalah pembeli menawar dengan tawaran setengah harga atau lebih dari harga awal yang diberikan penjual karena menganggap penjualpun telah menaikkan harga jual dua kali lipat bahkan lebih dari harga modal. Tidak jarang pembeli juga membandingkan harga produk di toko tersebut dengan toko lain kemudian berucap bahwa harga ditoko sebelah lebih murah. Meskipun apabila yang dikatakan pembeli adalah benar, perbuatan seperti ini dapat membuat penjual menjadi sakit hati atau bahkan pesimis dengan produk yang dijualnya. Sebab masing-masing penjual belum tentu menjual produk yang sama dengan harga modal yang sama pula, bisa saja seorang penjual membeli produk dengan harga modal lebih mahal dari pesaing sejenisnya, maka sudah sewajarnya juga pedagang menjual dengan harga lebih mahal dari toko lain. Allah SWT berfirman dalam Al-Quran Surah Al-Ahzab ayat 58 (Al-Quran Dan Terjemahnya, 2020):

وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدِ احْتَمَلُوا بُهْتَانًا وَإِثْمًا مُّبِينًا

Artinya: “*Dan orang-orang yang menyakiti orang-orang yang mukmin dan mukminat tanpa kesalahan yang mereka perbuat, maka sesungguhnya mereka telah memikul kebohongan dan dosa yang nyata*”

Meskipun apa yang dikatakan pembeli tentang perbandingan harga adalah benar, lebih baik jangan dilakukan karena Allah SWT telah memperingatkan umatnya untuk tidak menyakiti hati seseorang terlebih jika orang tersebut adalah seorang mukmin. Apabila yang dikatakan hanyalah prasangka semata dari pembeli, maka taktik tawar-menawar tersebut benar-benar harus ditinggalkan. Allah SWT

berfirman dalam Al-Quran Surah Hujurat Ayat 12 (Al-Quran Dan Terjemahnya, 2020):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا ؕ أَيُّحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ ؕ وَاتَّقُوا اللَّهَ ؕ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan berprasangka, karena sesungguhnya sebagian tindakan berprasangka adalah dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain*”.

Terlebih lagi jika pembeli berbohong dengan perkataannya yang mengatakan harga di toko sebelah lebih murah padahal pada kenyataannya pembeli pun tidak mengetahui harga yang ditawarkan pada toko lain. Maka praktik ini jelas terlarang dalam Islam dan tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Allah SWT berfirman dalam Al-Quran Surah Al Isra Ayat 36 (Al-Quran Dan Terjemahnya, 2020):

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya: “*Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawaban jawabnya.*”

Mengingat kebohongan dalam proses tawar-menawar hanya untuk memperoleh keuntungan pribadi semata maka kebohongan ini bukanlah perkara yang dapat diberikan keringanan (*rukhsah*). Bahkan kelak setiap perbuatan akan diminta pertanggungjawaban baik perbuatan tersebut benar apalagi jika perbuatan tersebut tercela.

Taktik tawar-menawar lainnya yang ditemukan adalah dengan memanfaatkan kesempatan sebagai pelanggan tetap dengan mengatakan sering beli di toko tersebut sehingga meminta potongan harga atau diberikan harga lebih murah. Meskipun si pembeli benar pelanggan tetap di toko tersebut lebih baik cara seperti ini jangan dilakukan karena termasuk dalam perbuatan memintaminta. Memintaminta termasuk dalam perbuatan yang tidak dianjurkan dalam Islam. Imam Ahmad dalam *Musnad*-nya no. 17508 meriwayatkan:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَنْ سَأَلَ مِنْ غَيْرِ فَقْرٍ، فَكَأَنَّمَا يَأْكُلُ الْجُمْرَ

Artinya: “*Rasulullah shallallahu alaihi wasallam bersabda: barangsiapa yang memintaminta padahal ia tidak fakir maka seakan-seakan ia memakan bara api*”

Meskipun perilaku meminta diberikan potongan harga ataupun diberikan harga yang lebih murah terkesan hal yang sepele, ternyata Islam sendiri tidak mentoleransi perilaku seperti ini. Selama ia bukan seorang yang fakir maka tidak ada keringanan (*rukhsah*) baginya untuk meminta-minta.

Pola yang terakhir yakni berkaitan dengan gaya atau gestur yang sering ditemui dalam praktik tawar-menawar adalah berpura-pura akan meninggalkan lapak/toko penjual atau berpura-pura beralih ke penjual lain dengan harapan penjual akan terpengaruh untuk menyepakati tawaran harga karena khawatir calon pembelinya beralih ke penjual lain. Pembeli memiliki hak untuk tidak melanjutkan transaksi dengan salah satu penjual, termasuk juga hak untuk memilih akan membeli produk pada pedagang manapun selama memenuhi syarat sah dalam muamalah baik itu jual beli ataupun transaksi lainnya, serta tidak melakukan transaksi yang bertentangan dengan syariat Islam.

Gestur yang ditunjukkan oleh pembeli dengan berpura-pura beralih dengan harapan penjual akan menerima tawaran harga dari pembeli sebenarnya tidak melanggar syariat Islam. Meskipun ada unsur kepura-puraan di dalamnya tetapi tidak dimaksudkan untuk merugikan atau mendzalimi penjual. Selama yang dilakukan pembeli hanya berupa gestur atau gaya tanpa ada embel-embel perkataan atau perbuatan yang bersifat memaksa dan menyakiti hati penjual maka boleh saja dilakukan.

Namun kepura-puraan yang mendekati manipulasi merupakan hal yang tidak diperbolehkan dalam Islam terutama dalam hal muamalah sehingga mempengaruhi keputusan salah satu pihak kemudian menimbulkan rasa keterpaksaan. Dalam bermuamalah janganlah memanfaatkan psikologi seseorang untuk mengambil manfaat apalagi sampai menimbulkan rasa keterpaksaan. Memang niat hati seseorang tidak ada yang tau, namun setiap orang pasti tau apa niat yang dia ucapkan dalam hatinya. Oleh sebab itu, setiap orang pasti tau batasan mana perilaku yang mempermainkan psikologi seseorang demi memperoleh keuntungan pribadi dan mana yang memang berperilaku apa adanya.

Tawar-menawar merupakan bentuk komunikasi antara pembeli dan penjual. Komunikasi dapat berjalan harmonis jika tercipta kesepahaman dan keridaan antara keduanya. Untuk menciptakan kesepahaman dan keridaan maka setiap pelaku baik itu pembeli (konsumen) dan penjual (produsen) harus memegang prinsip kejujuran dan keramahan. Kejujuran dan keramahan tercermin dari bagaimana seorang penjual memberikan pelayanan terbaiknya kepada calon pembeli dan juga bagaimana seorang pembeli bersikap baik terhadap penjual tanpa menimbulkan rasa sakit hati.

Tujuan tawar-menawar tidak sebatas memperoleh keuntungan semata, melainkan juga keberkahan dari apa yang dimiliki. Kunci keberkahan adalah keridaan antara kedua belah pihak. Keridaan dalam bermuamalah adalah hal yang mutlak meskipun tanpa sepetah katapun terucap dari lisan. Sebab keridaan juga menyangkut apa yang ada dalam hati, tidak ada yang tau selain Allah dan pemilik hati. Untuk itulah sangat penting menjaga perasaan orang lain terlebih jika orang tersebut adalah seorang mukmin.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pola tawar-menawar di Pasar Tradisional Palangka Raya secara garis besar terdiri atas bahasa, taktik atau teknik, serta gaya atau gestur. Dalam hal bahasa, pelaku ekonomi di Pasar Tradisional Kota Palangka Raya menggunakan bahasa daerah sebagai bahasa dominan yang digunakan. Terdapat tiga bahasa yang sering digunakan yakni bahasa Banjar, Dayak dan Jawa. Pembeli terkadang memanfaatkan komunikasi dengan bahasa daerah agar mempermudah proses tawar-menawar dan memudahkan komunikasi antara pembeli dengan penjual.

Dalam hal taktik atau teknik, beberapa hal yang sering dilakukan seperti pembeli meminta untuk melihat bermacam-macam produk sebelum melakukan tawar-menawar dengan tujuan mempengaruhi keputusan penjual atau pembeli langsung menawar dengan penawaran jauh di bawah harga yang ditawarkan penjual dengan asumsi penjual pun telah menaikkan harga jual berkali lipat dari harga sewajarnya. Tidak jarang pula ada pembeli yang memanfaatkan momen sebagai pelanggan tetap kemudian meminta potongan harga atau diberi harga lebih murah. Dalam hal gaya atau gestur pembeli biasa berpura-pura beralih ke pedagang lain dengan harapan penjual akan menerima penawaran harga dari pembeli.

Dari pola tawar-menawar yang telah dianalisis maka ditemukan beberapa hal yang dirasa tidak sesuai dengan etika bisnis Islam terutama dalam hal taktik atau teknik seperti ditemukannya unsur kezaliman dan perilaku meminta-minta yang tidak dianjurkan dalam syariat Islam. Tujuan dari tawar-menawar dalam Islam tidak sekedar memperoleh keuntungan dunia, melainkan juga memperoleh keberkahan dari apa yang diperoleh kelak.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, saran yang dapat peneliti berikan ialah bagi para pembeli agar selalu mengutamakan kemaslahatan dalam bermuamalah khususnya dalam praktik tawar menawar, hendaknya tidak melakukan praktik yang dzalim agar tujuan dunia dan akhirat dari tawar menawar dapat tercapai.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, A. S. (2017). *Praktik Tawar-Menawar Dalam Jual Beli di Pasar Tradisional Blauran/ Pasar Besar Palangka Raya Perspektif Hukum Islam*. IAIN Palangka Raya.
- Amna, Shally, Desi Afrianti. (2023). Impikatur dalam Komunikasi Tawar Menawar Antar Penjual dan Pembeli di Pasar Bandar Buat. *Journal on Education*. 5 (2)
- Arisandy, Desy, Dekha Prima Rizkika, Tri Disa Astika. (2019). Eksistensi Bahasa Indonesia Pada Generasi Milenial Di Era Industri 4.0. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. 3 (2)
- Ayyub, N. (2018). Perilaku Ekonomi Pedagang Pasar Tradisional Kaitannya Dengan Keberadaan Pasar Modern Di Kecamatan Watang Sawitto Kabupaten Pinrang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *Arti Tawar-Menawar*. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/tawar-menawar>
- Al-Quran dan Terjemahnya, (2020).
- Enang, H. (2015). *Fiqh Jual Beli* (K. Engkus (ed.)). PT remaja rosdakarya.
- Fawzi, R. (2018). Aplikasi Kaidah Fikih العادة محكمة Dalam Bidang Muamalah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 147–167. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.3279>
- Janah, Samrotul. (2020). Tinjauan Fiqh Muamalah Dan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Di Toko Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 1 (1)
- Maulana, Anwar, Ayu Oktaviani. (2022). Strategi Bargaining Penjualan Secara Langsung Dipasar Minggu Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Pasar Modern. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Akuntansi (MEKA)* 3 (1)
- Muslimin, S., Zainab, Z., & Jafar, W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie.v2i1.30>
- Muzaiyin, A. M. (2018). Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis

- Islam. *Jurnal Qawanin*, 2(1), 75.
- Nizar, Muhammad. (2018). Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam. *Jurnal Istiqro*. 4 (1)
- Nurjanah, S., Sungkawaningrum, F. W., & Wahyuningsih, E. (2022). PENGARUH KEADILAN, KEJUJURAN, KERAMAHAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL TERHADAP MINAT BELI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.30863/al-tsarwah.v5i1.3106>
- Parmitasari, I. (2019). Peran Penting Negosiasi Dalam Suatu Kontrak. *Literasi Hukum*, 3(2), 50–63.
- Ramdaniah, S., Mintarti, S., & Nadir, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Jamaah Umroh PT. Arrehlah Wisata Samarinda). *JESM: Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*, 1(3), 161–176.
- Sartika, Siti, Ira Siti Rohmah Maulida. (2022). Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Jual Beli Bahan Pokok di XY. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*. 2 (1)
- Shobirin, S. (2016). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i2.1494>
- Siregar, Raja Lottung. (2021). Memahami Tentang Model, Strategi, Metode, Pendekatan, Teknik, dan Taktik. *Jurnal Pendidikan Islam*. 10 (1)
- Stutiari, Ni Putu Eka, Sudarsana Arka. DAMPAK REVITALISASI PASAR TRADISIONAL TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG DAN TATA KELOLA PASAR DI KABUPATEN BADUNG. *E-Jurnal EP Unud*, 8 [1]
- Tousiya, Syifa Manzilla, Maman Surahman. Tinjauan Fikih Muamalah dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli *Dropshipping* pada *Marketplace X*. *Journal Riset Ekonomi Syariah*
- Wibowo, Arif Ardy, Dina Astuti. (2021). Gestur Tangan Manusia Dalam Karya Fotografi Seni. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*. 17 (2)
- Zulfa, Fath Ervan, Eko Andy Saputro. (2021). Praktek Tawar-Menawar Jual Beli Hasil Pertanian Dalam Perspektif Mazhab Syafi'i. *Jurnal Al-Hikmah*. 9 (1)