

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah saw. merupakan sumber tuntunan hidup bagi kaum muslimin untuk menapaki kehidupan fana di dunia ini dalam rangka menuju kehidupan kekal di akhirat nanti. Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah saw. sebagai penuntun, memiliki daya jangkau dan daya atur yang universal. Artinya, meliputi segenap aspek kehidupan umat manusia dan selalu ideal untuk masa lalu, kini, dan yang akan datang. Salah satu buktinya adalah dapat dilihat dari segi teksnya yang selalu tepat untuk diimplikasikan dalam setiap aspek kehidupan. Misalnya, daya jangkau dan daya aturnya dalam bidang perekonomian.¹ Pendapat Achmad Ramzy Tadjoeeddin yang dikutip oleh Suhrawardi K. Lubis bahwa: Bidang ekonomi, sebagaimana juga bidang-bidang ilmu lainnya yang tidak luput dari kajian Islam, bertujuan menuntun agar manusia berada di jalan yang lurus (*shirat al mustaqim*).”²

Ekonomi merupakan salah satu faktor penting yang berperan dalam kehidupan manusia. Karena itu, ajaran Islam mengajarkan prinsip-prinsip dan norma yang harus diperhatikan dalam bidang ekonomi. Modal, tenaga kerja dan produk merupakan kebutuhan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhannya pada barang dan jasa.

¹Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Cet. 2; Jakarta: Sinar Grafika, 2004), h. 1.

²*Ibid.*

Manusia juga tidak boleh hanya memikirkan kepentingan akhirat saja, sementara kepentingan dunianya terabaikan. Antara kepentingan keduniaan (*duniawy*) dan kepentingan keakhiratan (*ukhrowy*) haruslah seimbang.

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ آتَنَّاكَ اللَّهُ أَلَدَّارَ الْآخِرَةِ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ
 الدُّنْيَا ...

Terjemahannya:

“Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia....” (Q.S. al-Qashas/28: 77).³

Allah SWT. mengutus para Nabi dan Rasul ke dunia ini dengan tujuan untuk menyerukan kebenaran kepada umat manusia. Menunjukkan dan menjelaskan segala sesuatu yang diperintahkan dan yang dilarang oleh Allah SWT., serta menjelaskan hal yang berkaitan dengan hubungan antara manusia dengan penciptanya (*hablun minallah*) dan hubungan manusia dengan sesama manusia lainnya (*hablun minannas*). Karena manusia sebagai makhluk sosial yang tidak bisa terlepas dari manusia lainnya, maka Islam mengatur hal tersebut dalam ruang lingkup syariah muamalah.

Pengertian muamalah dibagi menjadi dua, yaitu pengertian dalam arti luas dan pengertian dalam arti sempit. *Pertama*, pengertian dalam arti luas menurut Al Dimiyati yaitu menghasilkan duniawi, supaya menjadi sebab suksesnya masalah ukhrawi, dan juga diartikan sebagai segala peraturan yang diciptakan Allah SWT. untuk mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya dalam kehidupan di

³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Darus Sunnah, 2002), h. 395.

dunia.⁴ Dari dua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian muamalah dalam arti luas adalah aturan-aturan (hukum) Allah SWT. untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi dalam pergaulan sosial. *Kedua*, pengertian muamalah dalam arti sempit menurut Rasyid Ridha sebagaimana yang dikutip oleh Hendi Suhendi yaitu: “muamalah adalah tukar menukar barang atau sesuatu yang bermanfaat dengan cara-cara yang telah ditentukan”⁵,

Cara yang ditentukan yang dimaksud yaitu cara-cara bermuamalah yang ditentukan dalam syariat Islam, yang telah diatur dengan baik dalam al-Qur’an dan sunnah Rasulullah saw.. Pengertian lain juga menjelaskan bahwa muamalah adalah aturan-aturan Allah yang wajib ditaati yang mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda.⁶

Muamalah dalam Islam, khususnya dalam interaksi jual beli di pasar-pasar, para pedagang tentu harus menerapkan strategi masing-masing untuk menarik dan mempertahankan pelanggannya. Kecerdikan dan ketepatan pedagang dalam mengatur strategi inilah yang menentukan sukses tidaknya pedagang dalam menjual barang dagangannya.

Strategi bersaing dalam pandangan syariah Islam dibolehkan dengan kriteria bersaing secara baik. Hal tersebut dijelaskan dalam al-Qur’an, tentang anjuran berlomba-lomba dalam kebaikan:

⁴Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), h. 1.

⁵*Ibid*, h. 2.

⁶*Ibid*, h. 2-3.

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٤٨﴾

Terjemahannya:

“Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu”. (Q.S. al-Baqarah/2: 148).⁷

Ayat al-Qur'an di atas menjelaskan bahwa persaingan untuk tujuan kebaikan itu diperbolehkan, selama persaingan itu tidak melanggar prinsip syariat. Seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., ketika berdagang tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha pesaingnya hancur, namun demikian bukan berarti cara berdagang Rasulullah saw. seadanya, tanpa memperhatikan pesaingnya. Beliau memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur, termasuk jika ada kecacatan pada barang dagangannya. Hal-hal seperti ini ternyata dapat meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya. Ayat tersebut juga menjelaskan bahwa, sebagai seorang muslim perlu berlomba-lomba dalam mengerjakan kebaikan, termasuk untuk bertransaksi ekonomi berdasarkan syariah Islam.

Nabi Muhammad saw. sebagai seorang pedagang, telah memberikan contoh yang sebaik-baiknya dalam setiap transaksi bisnisnya. Beliau selalu melakukan transaksi-transaksi secara jujur, adil, transparan, dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh atau kecewa. Tidak ada penipuan atau

⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, op. cit., h. 24.

kedzoliman dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh beliau. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan barang yang dipesan oleh pelanggannya sesuai dengan standar kualitas yang diminta oleh pelanggan. Bisnis yang dipraktekkan oleh beliau merupakan bisnis yang penuh dengan nilai-nilai kesopanan, bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing pihak.⁸

Nabi Muhammad saw. telah mengajarkan kepada umatnya tentang sistem pemasaran yang islami. Namun, di kalangan masyarakat saat ini telah tertanam sistem pemasaran konvensional yang memprioritaskan pada keuntungan semata, dan sistem pemasaran islami ini menjadi kurang dikenal. Hal ini menjadi pelajaran bagi seluruh umat Islam agar dapat mengenal kembali sistem pemasaran yang islami dan dapat dipraktikkan dalam setiap transaksi bisnis yang dilakukan.

Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang, sedang berdagang yaitu berasal dari kata dagang yang artinya pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan. Pedagang tentu memerlukan sebuah tempat untuk berdagang dan salah satu tempat untuk berdagang para pedagang tersebut adalah pasar.

Pasar Baruga merupakan salah satu pasar yang ada di Kota Kendari. Letaknya yang strategis di perbatasan kota, menjadikan pasar ini menjadi tujuan utama dari para pembeli maupun penjual, khususnya yang berasal dari daerah-daerah. Disamping itu, pasar Baruga juga memiliki terminal yang merupakan penghubung ke daerah-daerah lain, sehingga pasar ini tidak pernah sepi

⁸Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Cet. 2; Bandung: Mizan Pustaka, 2006), h. 44-45.

pengunjung. Di pasar Baruga, terdapat bermacam-macam pedagang, sebagaimana layaknya pasar pada umumnya. Namun, pedagang yang paling mendominasi adalah pedagang sayuran.

Berdasarkan uraian di atas tentang strategi pemasaran yang islami, maka penulis tertarik untuk meneliti secara langsung strategi apa yang diterapkan para pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari, agar dagangan yang mereka tawarkan diminati oleh konsumen, mengingat jumlah pedagang sayur di pasar Baruga ini tidaklah sedikit, dan bagaimana syariat Islam menyikapi strategi yang diterapkan oleh para pedagang sayuran tersebut. Adapun judul dari penelitian ini yaitu “*Strategi Pemasaran Pedagang Sayuran dalam Perspektif Ekonomi Islam di Pasar Baruga Kota Kendari.*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana sistem perdagangan di Pasar Baruga Kota Kendari?
2. Bagaimana proses jual beli para pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari?
3. Bagaimana strategi pemasaran pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari?
4. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran yang diterapkan para pedagang sayuran di pasar Baruga Kota Kendari?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari pelaksanaan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui sistem perdagangan Pasar Baruga Kota Kendari.
2. Untuk mengetahui proses jual beli para pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari.
3. Untuk mengetahui strategi pemasaran pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari.
4. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran yang diterapkan para pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai sumber informasi dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan syariat Islam sebagai wujud ketaatan pada ajaran agama dalam bermuamalah.
2. Bagi penulis, yaitu agar dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang masalah yang diteliti dan sebagai pembandingan antara teori yang didapatkan pada proses perkuliahan dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.
3. Bagi para mahasiswa, khususnya mahasiswa prodi Ekonomi Syariah IAIN Kendari, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan persepsi mengenai judul penelitian ini, maka penulis mengemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan.⁹ Tujuan yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu strategi yang dilakukan oleh para pedagang sayuran di Pasar Baruga Kota Kendari agar barang yang diperjual belikan diminati oleh konsumen.
2. Pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran.¹⁰
3. Strategi pemasaran merupakan strategi yang akan diterapkan dalam memasarkan produk agar dapat diterima oleh pasar.¹¹
4. Pedagang sayur adalah orang yang mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan berdagang sayur. Pedagang sayur yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu para pedagang sayuran di pasar Baruga Kota Kendari.
5. Ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.¹²

⁹Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), h. 171.

¹⁰*Ibid*, h. 158.

¹¹Muhamad, *Manajemen Bank Syari'ah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), h. 194.

¹²Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), h. 15.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Relevan

Sebagai bahan pertimbangan, dalam penelitian ini penulis akan mencantumkan beberapa hasil penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Taufiq Hidayat (Mahasiswa Jurusan Muamalat Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta) yang berjudul “*Perspektif Hukum Islam Terhadap Strategi Dagang yang Diterapkan oleh Pedagang Roti dan Kue pada tahun 2007 di Pasar Ngawen Gunung Kidul*”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pedagang roti dan kue di pasar Ngawen, Gunung Kidul belum sepenuhnya melaksanakan aturan dan etika yang ada dalam hukum Islam. Strategi yang belum sesuai adalah strategi terhadap distributor dan strategi dalam penetapan harga. Selain itu pedagang roti dan kue dalam penerapan strateginya belum melaksanakan nilai kejujuran dan nilai keadilan yang merupakan prinsip berdagang Nabi Muhammad SAW.¹
2. Penelitian yang dilakukan oleh Hendra Galuh Febrianto (Mahasiswa Program Studi Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri

¹Taufiq Hidayat, *Perspektif Hukum Islam Terhadap Strategi Dagang yang Diterapkan oleh Pedagang Roti dan Kue pada tahun 2007 di Pasar Ngawen Gunungkidul*, skripsi S1 Jurusan Muamalat Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2007. Diakses tanggal 7 November 2015.