

**MANAJEMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI KASUS PADA PRAKTEK JUAL BELI JAJANAN DI PASAR
TRADISIONAL BALONG PONOROGO)**

Fery Setiawan^{1)*}, Ranti Kurniasih²⁾

¹⁾ Universitas Muhammadiyah Ponorogo

²⁾ Universitas Muhammadiyah Ponorogo

*Korespondensi: ferysetyafeumpo@umpo.ac.id

ABSTRACT

The title of this research is “ Practice of Management on Islamic Economic Perspective (Case Study of The Snack Selling And Buying Practice In The Traditional Market Balong Ponorogo)”. The problem that discussed in this research is to know the implementation of snacks selling and buying in the traditional market Balong Ponoorgo which analysed from the view of Islamic economic. So, this research hoped able to describe the implementation of selling and buying will appropriate by the theory of Islamic economic . In addition, analysis the problem also will appropriate by the management science with the aim give illustration early the Islamic management consept in the selling and buying. This research by kualitatif method with phenomenology paradigm. Balong traditional market as the area of research with the snack and vegetable sellers for the subject. The research result is the implementation of legality selling and buying with syariah economic by analyse agreement subect, object, agreement answered. A little problem such as uncorrect the quantity object is the normally and they have anticipated. Honesty, helping, keep the trust is the important value with all sides. That values will bring the bigger lucky, the easier advantage and the most important willing from the God.

Keywords: Management, Selling, Buying, Islamic Economic

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Manajemen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus) pada Praktek Jual Beli Jajanan Di Pasar Tradisional Balong Ponorogo**”. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah mengetahui pelaksanaan jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo untuk dianalisa dengan sudut pandang Ekonomi Islam. Sehingga penelitian ini diharapkan mampu mendeskriptifkan pelaksanaan jual beli di lapangan dan akan disesuaikan dengan teori jual beli dalam Islam yang lebih aplikatif. Selain itu, analisis masalah juga akan disesuaikan dengan sudut pandang ilmu Manajemen dengan maksud memberikan gambaran awal konsep Manajemen Islami dalam kegiatan jual beli. Penelitian ini dibangun menggunakan metode kualitatif dengan paradigma fenomenologi. Pasar Tradisional Balong dipilih sebagai daerah penelitian dengan pedagang jajanan dan pedagang sayur sebagai subjek penelitian. Hasil penelitian ini adalah pelaksanaan jual beli jajanan sudah sah jika ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam dengan analisa subjek akad, objek akad serta ijab kabul. Sedikit permasalahan yang muncul seperti ketidakcocokan jumlah barang yang diperjualbelikan sudah menjadi hal yang wajar dan sudah diantisipasi oleh kedua pihak. Di dalam disiplin ilmu Manajemen, hal tersebut masuk dalam kategori cadangan kerugian. Kejujuran, saling menolong dalam kebaikan serta saling menjaga kepercayaan menjadi nilai-nilai yang wajib dikedepankan oleh semua pihak dalam jual beli. Karena nilai-nilai

tersebut yang akan membawa keuntungan yang lebih besar untuk memudahkan lancarnya pintu rezeki, serta yang paling penting adalah meraih ridho Allah ﷻ sebagai prestasi tertinggi seorang manusia.

Kata kunci: Manajemen, Penjualan, Pembelian, Ekonomi Islam

PENDAHULUAN

Salah satu bentuk interaksi antar individu dalam rangka saling memenuhi kebutuhan dalam hidupnya adalah pemanfaatan sumber-sumber daya yang diolah, didistribusikan dan dikonsumsi, atau lebih dikenal dengan Ekonomi. Ekonomi menjadi sangat penting bagi kehidupan manusia karena menyangkut kegiatan yang bersifat mutlak untuk mempertahankan hidup. Dengan adanya multidimensi masyarakat di dunia ini, mengakibatkan perbedaan sistem yang dipakai dalam melakukan kegiatan ekonomi di tiap-tiap negara.

Secara global, sistem ekonomi yang dianut di dunia didominasi oleh dua sistem, yakni sistem ekonomi kapitalis dan sistem ekonomi sosialis. Sistem ekonomi kapitalis bertumpu pada kepemilikan individu maupun swasta terhadap alat-alat produksi, kegiatan distribusi, maupun pertukaran. Sedangkan sistem ekonomi yang kedua, yaitu sistem ekonomi sosialis. Sistem ini sangat berbeda dengan sistem ekonomi kapitalis. Sistem ekonomi ini aktivitas ekonominya mulai dari perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dilakukan oleh pemerintah secara terpusat. (Tho'in, 2015). Kedua sistem ekonomi dianggap belum memberi solusi terhadap kesejahteraan manusia secara keseluruhan di dunia karena masing-masing memiliki kelebihan dan kelemahan. Sehingga perlu ada sistem ekonomi baru yang sebenarnya telah lama diusung yakni sistem ekonomi Islam.

Umer Chapra (dalam Ghazali, 1992: 2) mengemukakan bahwa pembangunan ekonomi Islam disusun berdasarkan nilai-nilai etika dan moral yang mengacu pada tujuan syariat (maqashid al-syari'ah), yaitu memelihara iman (faith), hidup (life), nalar (intellect), keturunan (posterity), dan kekayaan (wealth). Konsep ini memberikan pemahaman bahwa sistem ekonomi seharusnya dibangun dari suatu keyakinan (iman) dan berakhir dengan kekayaan (property). Pada suatu hari kemudian tidak akan muncul kesenjangan ekonomi atau perilaku ekonomi yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat.

Sistem Ekonomi Islam mengutamakan prinsip bahwa kemuliaan hanya bisa didapatkan dengan jalan melakukan kegiatan yang diridhoi Allah ﷻ. Sikap manusia yang menghargai kemuliaan akan selalu berusaha menghadirkan Allah ﷻ di dalam setiap tarikan nafasnya. Seorang muslim akan selalu meyakini akan adanya petunjuk Allah ﷻ kepada orang-orang yang beriman, sebagaimana firman Allah ﷻ dalam surat Al-Israa' (17) ayat 97:

“Dan barang siapa yang ditunjuk Allah ﷻ dialah yang mendapat petunjuk dan barangsiapa yang Dia sesatkan maka sekali-kali kamu tidak akan mendapat penolong-penolong bagi mereka selain dari Dia”.

Perilaku muslim dalam bidang ekonomi selalu diorientasikan pada peningkatan keimanan, karena tanpa keimanan kemuliaan pun tidak akan didapatkan. Bagi seorang muslim, melakukan aktivitas ekonomi dengan orang lain sebagai bagian dari perilaku untuk memenuhi tanggung jawabnya

di hadapan Allah ﷻ, maka bekerja akan menjadikan seorang muslim untuk tetap *istiqomah*. Hal ini menjadikan seorang muslim dalam bekerja tidak sekedar memenuhi kebutuhan materi tetapi juga terpenuhi keridhoan Illahi. Karena bagi seorang muslim bekerja merupakan proses ia mencari jawaban untuk apa Allah ﷻ menghidupkan ia di dunia.

Konsep Islam dalam bidang Ekonomi itu sendiri di wilayah Ponorogo telah mengalami banyak perkembangan cukup pesat. Ini dibuktikan dengan berkembangnya instansi-instansi syariah dan forum-forum yang bergerak dalam kegiatan studi Ekonomi Islam. Hal ini tentunya menjadi sebuah langkah awal bagi terbentuknya Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Ponorogo. Adanya sinergisitas antara praktisi/pelaku, akademisi dan regulator yang baik menjadi sangat penting agar konsep dari ekonomi Islam tidak berhenti pada ranah teori. Akan tetapi perlahan untuk bisa diterapkan dalam kegiatan ekonomi di wilayah Ponorogo. Penerapan sistem ekonomi Islam itu sendiri tidak hanya pada sektor perbankan, akan tetapi juga pada sektor riil seperti kegiatan jual beli di pasar.

Penelitian ini mengambil studi kasus di pasar tradisional Balong Ponorogo. Pasar terbesar di Ponorogo tersebut banyak menjadi tujuan pedagang sayur dikarenakan ketersediaan produk yang baik dan lokasi yang mudah dijangkau. Hal ini menjadikan pasar tersebut menjadi salah satu pusat kegiatan perdagangan terbesar yang tentunya menjadi aset yang berharga bagi Kota Ponorogo. Ketersediaan jajanan yang lengkap di pasar tradisional Balong Ponorogo sehingga mampu menarik banyak pedagang sayur sangat perlu untuk diteliti lebih jelas tentang pemahaman jual beli secara Islami. Sehingga ke depan Pasar Balong bisa digunakan sebagai pasar teladan di berbagai tempat di lingkungan Kota Ponorogo dan sekitarnya.

Menurut Dr. Basu Swastha Dh., M.B.A (2001), manajemen penjualan adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program kontak tatap muka yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan. Penelitian ini berusaha membahas praktek manajemen penjualan yang dalam hal ini mengambil kasus praktek jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo. Berdasarkan pengamatan sementara peneliti, persoalan lain yang muncul adalah para pedagang jajanan di pasar tersebut melakukan kegiatan jual beli dengan berdasarkan unsur kepercayaan. Kepercayaan disini adalah diantara penjual dan pembeli sama-sama telah percaya dalam hal jumlah barang yang disetor, kualitas barang dan kuantitas produk. Sehingga dalam pelaksanaannya, penjual sering tidak bertemu langsung dengan pembelinya. Hal ini bisa saja menimbulkan persoalan jika kegiatan jual beli ini ditinjau dari segi ekonomi Islam. Sehingga, perlu adanya sebuah penyesuaian dari sistem ekonomi Islam kepada praktek jual beli tersebut yang tentu tidak menyimpang dari nilai-nilai dasar dari sistem ini.

Praktek jual beli jajanan di Pasar Tradisional Balong Ponorogo jika dilihat lebih dekat, maka ada beberapa hal menarik untuk dikaji. Sebagai contoh dalam pendistribusian jajanan dari penjual ke pembeli yang dalam hal ini adalah pedagang jajanan dilakukan dengan langsung menaruh jajanan pada setiap gerobak pedagang sayur obrok tanpa ada perjanjian yang jelas. Sehingga pedagang sayur tidak menghitung berapa jumlah jajanan yang ditaruh di gerobaknya. Sehingga hal ini bisa saja menimbulkan ketidakpastian di dalam perhitungan jajanan tadi. Penelitian terdahulu banyak yang

membahas tentang praktek jual beli dalam tinjauan Islam (Maghfiroh, 2008 ; Junaidi, 2011). Akan tetapi, faktor-faktor yang digunakan dalam beberapa penelitian terdahulu kebanyakan adalah faktor dalam perspektif ekonomi Islam. Dan dalam penelitian ini, peneliti bermaksud menambahkan variabel faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen penjualan dalam teori manajemen konvensional dalam menganalisis praktek jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2005). Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini, jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian untuk mendapat data yang berkaitan dengan masalah yang dibahas.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi sebagai landasan utama dalam penelitian kualitatif. Metode fenomenologi adalah metode penemuan masalah penelitian berdasarkan hasil observasi terhadap fakta atau kejadian (Indrianto dan Supomo, 1999). Fenomenologi juga diartikan sebagai anggapan umum untuk menunjuk pada pengalaman subjektif dari berbagai jenis dan tipe subjek yang ditemui (Moleong, 2005). Peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi tertentu. Bagi peneliti kualitatif terdapat perbedaan dalam, (1) derajat mengatasi masalah metodologis/konseptual ini, dan (2) cara mereka mengatasinya. Sejumlah peneliti kualitatif berusaha memperluas keberlakuan hasil penelitiannya dengan pengambilan kasus sekaligus banyak, dan biasa disebut *multiple-site studies* atau *multiplecase research*. *Multiple-site studies* bukan hanya menetapkan siapa yang akan diobservasi atau diwawancarai, melainkan juga menetapkan konteksnya, kejadiannya dan prosesnya. (Noeng Muhadjir, 1998).

Dalam penelitian ini, populasi penelitian adalah seluruh pedagang jajanan yang ada di pasar tradisional Balong Ponorogo. Sedangkan sampel merupakan jumlah objek yang akan diteliti berdasarkan kebutuhan. Penelitian ini juga akan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* (pengambilan sampel bertujuan) yang mana sampel diambil dari populasi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Pemilihan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* ini karena jumlah populasi yang tidak bisa diketahui jumlahnya.

Sehingga dalam penelitian ini, populasi yang bisa dijadikan sampel adalah bersifat homogen dengan karakteristik atau ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Pedagang yang menjual jajanan tradisional sebagai produk utamanya.
- b. Memasarkan produk jajanan tradisional kepada pedagang sayur obrok sebagai konsumen utamanya.
- c. Menjadikan pasar tradisional Balong sebagai salah satu wilayah pemasaran produk jajannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktek Jual Beli Jajanan Di Pasar Tradisional Balong Ponorogo

Praktek jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo dilakukan oleh pedagang jajanan yang bertindak sebagai pihak penjual dengan pedagang sayur obrok sebagai pembeli. Kemitraan tersebut telah terjalin sejak lama, sehingga telah terjalin loyalitas yang kuat. Setiap harinya, penjual selalu menaruh jajanan di setiap gerobak milik pelanggannya tanpa disertai ijab qabul. Sedangkan untuk pembayarannya dilakukan ketika penjual tersebut bertemu dengan pembeli, bisa pada hasri itu juga atau keesokan harinya.

Sebelum pembayaran, penjual selalu melaporkan jumlah jajanan yang telah ia titipkan. Dan jika terdapat produk yang rusak, hilang atau tidak laku maka penjual akan mengganti secara gratis. Misalkan, dari 10 jajanan yang dititipkan dan terdapat 2 jajanan yang tidak laku, maka keesokan harinya penjual akan memberi secara gratis 2 jajanan kepada pembeli.

Praktek Jual Beli Jajanan Di Pasar Tradisional Balong Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Islam menekankan pentingnya manajemen dalam kehidupan ini. Manajemen dalam arti mengatur segala sesuatu agar dilakukan dengan baik, benar, tepat, dan tuntas merupakan hal yang diwajibkan (disyariatkan) dalam Islam. Hal ini seperti yang tertulis dalam (Q.S Ash-Shaff : 4) yang terjemahannya:

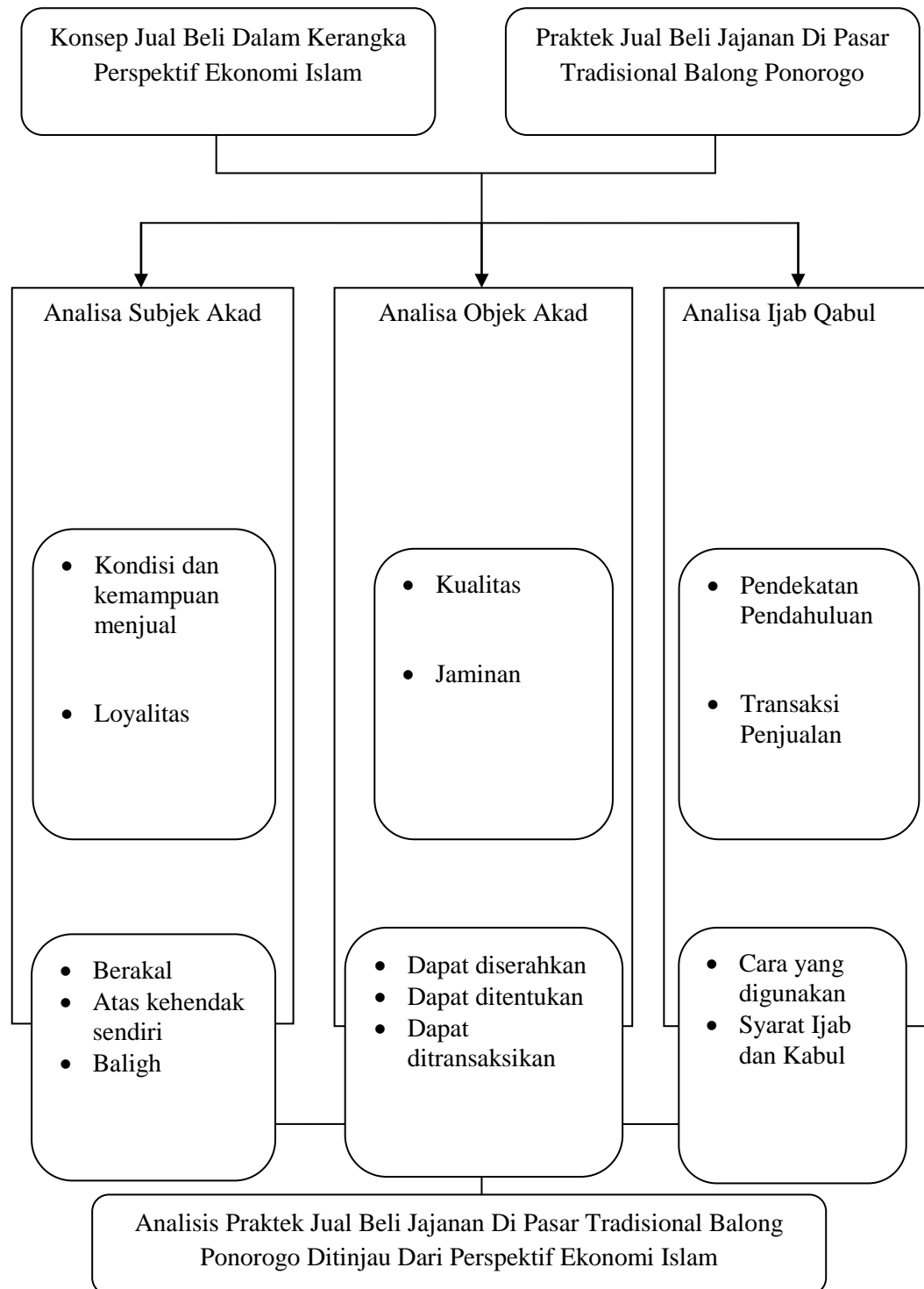
“Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang-orang yang berjuang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang kukuh.”

Dalam penerapannya, manajemen bisa digunakan dalam semua aktivitas manusia, tak terkecuali aktivitas ekonomi yakni bisnis atau perdagangan. Nilai-nilai Islam sangat penting dikaitkan dalam aktivitas bisnis dan perdagangan. Menurut Forster dan Fenwick (2014), beberapa peneliti terdahulu secara signifikan menekankan pentingnya bisnis dan perdagangan dalam Islam (Ali, 1988, 1992, 2005; Ali & Al-Owaidan, 2008; Badawi, 2003; Uddin, 2003; Yousef, 2000, 2001). Dalam beberapa bukti empiris tersebut, mereka mempertahankan pendapat bahwa profesi bisnis dan perdagangan adalah sebuah kebajikan, serta merupakan kewajiban untuk membangun keseimbangan dalam kehidupan individu dan sosial seseorang”(Ali, 1992, hal. 507). Keterlibatan dan partisipasi dalam kegiatan ekonomi tidak hanya dianggap sebagai panggilan illahi tetapi juga sebagai sarana untuk mempertahankan pertumbuhan dan komunitas yang sehat”(Ali & Al-Owaidan, 2008, hal 8). Ali (1988, 1992) dan Yousef (2000, 2001). Pekerjaan harus dilakukan dengan kemampuan terbaik, hubungan bisnis dan kerja harus jujur dan terbuka untuk meningkatkan kepercayaan, dan harus ada perlakuan yang adil

terhadap karyawan.

Menurut Dr. Basu Swastha Dh., M.B.A (2001), pengertian manajemen penjualan adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program kontak tatap muka yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan. Sedangkan menurut Asosiasi Pemasaran Amerika (*American Marketing Association*), Manajemen Penjualan adalah perencanaan, pengarahan dan pengawasan penjualan tatap muka, termasuk penarikan, pemilihan, pelengkapan, penugasan, penentuan rute, supervisi, pembayaran dan pemotivasian sebagai tugas yang diberikan pada para tenaga penjualan.

Sebagai salah satu pembahasan dalam manajemen penjualan, praktek jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo ini akan ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam. Adapun aspek yang digunakan dalam menganalisis adalah analisa Subjek Akad, Objek Akad dan Ijab Qobul. Model ini akan dipecah lagi menjadi dua, *pertama* adalah faktor yang mempengaruhi manajemen penjualan, yakni kemampuan menjual, loyalitas, kualitas, jaminan, transaksi penjualan dan pendekatan pendahuluan. Sedangkan faktor yang mempengaruhi jual beli dalam perspektif adalah motivasi berdagang, subjek akad, objek akad dan Ijab Kabul. Untuk lebih jelasnya, gambaran kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah model sebagai berikut:



Gambar. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, dimaksudkan ada tinjauan Ekonomi Islam dalam penerapan manajemen yang dalam penelitian membahas manajemen penjualan dengan mengambil studi kasus praktek jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo.

Tahapan pembahasan dimulai dari motivasi para penjual dalam berdagang. Selain itu juga menggunakan analisis subjek akad, analisis objek akad dan analisis ijab Kabul yang masing-masing menggunakan sudut pandang teori manajemen konvensional dan ekonomi Islam. Adapun temuan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

a. Motivasi Berdagang

Samsuni (2017) menjelaskan bahwa motivasi adalah kumpulan perilaku yang memberikan landasan bagi seseorang untuk bertindak dalam suatu cara yang diarahkan kepada tujuan spesifik tertentu. Berdagang merupakan profesi yang banyak dijalani, dan tentu bisa membuka lapangan pekerjaan bagi banyak orang. Hal ini menunjukkan bahwa profesi ini akan melibatkan dan bisa mensejahterakan banyak orang. Seorang pedagang sangat berbeda dengan seorang karyawan yang terikat dengan atasannya. Sehingga, kemandirian menjadi salah satu nilai lebih dari profesi ini.

Ada banyak motivasi yang dimiliki sehingga seseorang memilih berdagang sebagai sebuah profesi. Penelitian ini memang mengambil sasaran penjual dan pembeli untuk diwawancarai, akan tetapi pembeli yang dimaksud disini adalah pedagang sayur obrok yang menjual kembali produknya kepada konsumen langsung. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa motivasi para pedagang untuk memilih profesi ini adalah profesi yang melatih kemandirian, aktivitas sampingan yang menghasilkan, profesi yang tidak terlalu memiliki keterikatan dengan orang lain. Mayoritas para pedagang menganggap profesi ini sebagai aktivitas sosial, karena didalamnya ada unsur saling menolong. Penjual menerima kepuasan karena menyediakan kebutuhan dan mendapatkan laba, pembeli tertolong karena mendapatkan apa yang dibutuhkan.

Pendapat lain menyebutkan bahwa berdagang merupakan salah satu cara untuk meneladani Rosulluloh ﷺ. Beliau juga menyampaikan bahwa ia diajarkan tentang profesi yang paling sulit/berat itu adalah bekerja (pegawai). Sehingga, motivasi positif para pedagang jajanan di Pasar Tradisional Balong ini membuat suasana ekonomi di pasar menjadi menyenangkan.

b. Analisis Subjek Akad (Pelaku)

Dalam analisis subjek akad ini, kemampuan menjual; baligh, loyalitas; berakal; dan atas kemauan sendiri adalah hal yang dibahas di dalamnya. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa dari sisi kebaligh-an, para pedagang sudah memenuhi syarat untuk menjadi pelaku dagang. Kemampuan menjual juga sudah baik mengingat praktek jual beli jajanan ini sudah berlangsung lama, sehingga tawar menawar hanya terjadi saat di awal saja, seterusnya masing-masing pihak hanya mengandalkan asas kepercayaan dalam bertransaksi.

Para pedagang juga membangun loyalitas yang baik kepada para pelanggannya, hal ini berupa pemberian bonus, bingkisan hari raya dan layanan yang baik. Penjual harus

bertanggungjawab jika ada kekurangan dalam barang yang telah dititipkannya pada gerobak pelanggan. Hal ini menimbulkan kekeluargaan yang erat antara pedagang jajanan dan pelanggannya.

Junaidi (2011) menjelaskan bahwa orang yang berakad (melakukan perjanjian dalam jual beli) disyaratkan harus berakal yakni sudah *mumayiz* dan berbilang, sehingga tidak sah apabila akad dilakukan seorang diri. Dalam hal ini, para pedagang jajanan memang memiliki tingkat pendidikan yang berbeda-beda, mulai dari SD hingga Sarjana, akan tetapi para pedagang tersebut sudah memenuhi syarat orang yang berakal untuk menjalankan akad.

Jual beli harus dilakukan atas dasar suka rela atau suka sama diantara semua pihak yang terlibat. Jual beli dikatakan tidak sah jika dalam keadaan terpaksa dari salah satu pihak. Hal ini telah ditegaskan oleh Allah ﷻ dalam surat An-Nisa' ayat 29:

... Kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka....”

Hal ini sejalan dengan kesadaran sebagian pelaku bahwa jual beli adalah dalam rangka saling menolong antar sesama. Kegiatan jual beli di pasar tradisional Balong Ponorogo dilakukan dengan atas kehendak sendiri. Meskipun para pelaku tersebut memiliki motivasi yang berbeda-beda untuk memilih terjun di dunia jual beli. Ada yang karena ingin memiliki kegiatan sampingan, ada yang ingin menjadikan sebagai kegiatan utama dalam mencari rezeki untuk keluarga, ada yang ingin membantu keluarganya untuk meneruskan usaha keluarga dan ada juga karena mempunyai keinginan kuat untuk bisa membayar kuliah.

c. Analisis Objek Akad (Produk)

Dalam analisis objek akad, beberapa hal yang dibahas diantaranya kualitas, jaminan, barang yang dapat diserahkan, barang yang dapat ditentukan dan barang yang dapat ditransaksikan. Dari segi kualitas sudah memenuhi syarat karena para pedagang selalu menjaga kualitas produknya yang salah satu strateginya adalah tidak merubah rasa. Jaminan yang diberikan para pedagang juga sangat baik, misalnya pedagang akan selalu mengganti barang yang tidak sesuai harga dan rasa, atau barang yang hilang.

Objek akad disyaratkan harus dapat diserahkan apabila objek tersebut berupa barang seperti jual beli. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Rosululloh ﷺ dalam hadits yang diriwayatkan oleh An-Nasa'i yaitu:

“Janganlah engkau menjual barang yang tidak ada padamu. [HR An-Nasa'i].”

Objek akad dalam jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo adalah jajanan itu sendiri. Jajanan yang tergolong sebagai barang bersifat konvension dalam penelitian ini dibatasi dengan jajanan berupa gethuk, kerupuk dan roti goreng, meskipun jenis jajanan sangat banyak.

Objek tersebut dalam perspektif Ekonomi Islam sudah bisa dinyatakan sah, karena sudah memenuhi persyaratan dalam jual beli. Jajanan tersebut merupakan milik produsen maupun agen yang bertindak sebagai penjual secara sah, dan merupakan barang yang suci yang dapat dimanfaatkan, dapat diketahui, serta dapat diserahkan.

Nabi Muhammad ﷺ menyampaikan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Muslim yaitu:

Hadits Abu Hurairah yang mengatakan: *Rosullulloh ﷺ melarang jual beli lempar krikil dan jual beli gharar. [HR Muslim].*

Jajanan yang menjadi objek disini bisa jelas dan ditentukan untuk diperjualbelikan. Setelah penjual memberikan produknya, dia mendapat keuntungan secara langsung setelah dibayar oleh pembelinya. Sehingga jajanan tersebut dinyatakan sah jika ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

Jajanan juga bukan merupakan barang yang menjadi perdebatan di kalangan masyarakat. Justru sebaliknya, banyak rezeki yang didapatkan masyarakat karena menggunakan produk ini sebagai objek jual beli. Sehingga dapat disampaikan bahwa jajanan tidak bertentangan dengan ketertiban umum

d. Analisis Ijab Kabul (Perjanjian Transaksi)

Analisis Ijab Kabul (transaksi) dalam hal ini membahas pendekatan pendahuluan, transaksi, cara yang digunakan dan syarat ijab qabul. Berdasarkan hasil wawancara, Pendekatan pendahuluan di pasar juga terjadi apabila ada penjual baru yang masuk, entah produk yang dibawanya telah atau belum ada di pasar tersebut. Hal ini membutuhkan waktu yang lama dan bisa saja sebentar, untuk meraih hati para pembeli. Tergantung oleh strategi yang dilakukan oleh penjual baru tersebut dan juga nilai lebih dari produk yang dibawanya.

Proses jual beli yang dilakukan di pasar tradisional Balong Ponorogo berlangsung dalam waktu yang cepat. Dengan banyaknya pedagang sayur obrok yang berbelanja, dan masing-masing pedagang memiliki jadwal waktu berangkat yang berbeda. Hal ini karena lokasi untuk menjajakan produk oleh pedagang sayur berbeda, sehingga jarak tempuhnya pun ada yang jauh dan ada pula yang dekat. Selain itu bisa juga karena pelanggan dari pedagang sayur tersebut telah menunggunya dalam waktu-waktu yang telah ditentukan.

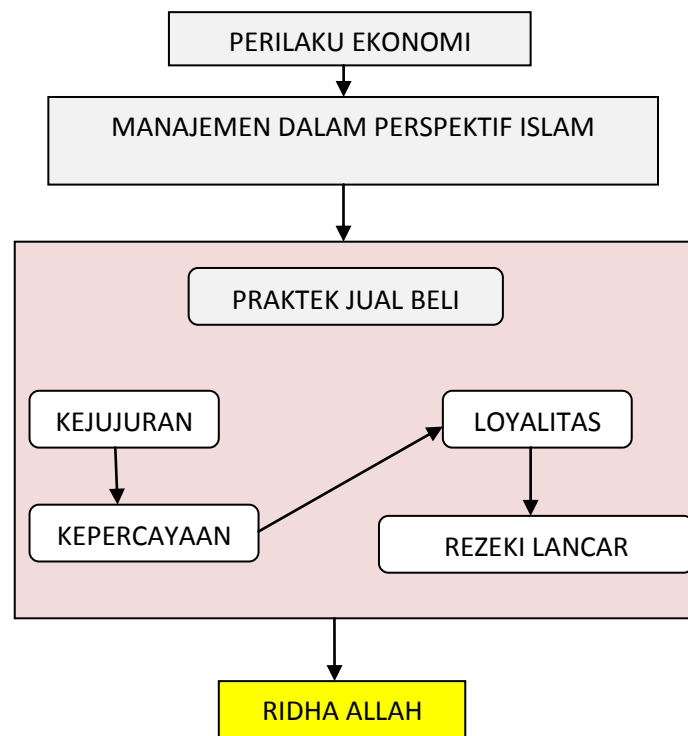
Dalam praktek jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo dapat diketahui bahwasannya cara yang digunakan adalah secara lisan. Hal ini menjadi sangat wajar karena sudah menjadi kebiasaan dalam lingkungan pasar. Selain itu, objek yang digunakan dalam praktek jual beli disini adalah produk dengan nilai yang harga relatif rendah, sehingga cukup diucapkan dengan lisan ketika akad.

Salah satu syarat dalam ijab qabul adalah antara Ijab dan Kabul harus jelas maksudnya sehingga dapat dipahami oleh pihak yang melangsungkan akad. Akan tetapi tidak disyaratkan menggunakan bentuk tertentu (Junaidi, 2011). Ijab kabul yang dilakukan

dalam praktek jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo dilakukan dengan cara langsung yaitu secara lisan.

Pelaksanaan jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo jika ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam sudah sah, karena telah memenuhi syarat dan rukun yang telah diatur dalam syari'at. Sedangkan jika ada permasalahan barang hilang maupun ketidakcocokan jumlah dalam bentuk yang lain, telah diantisipasi oleh pedagang dengan selalu menyediakan cadangan kerugian setiap penghitungan produksinya. Sehingga permasalahan tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap kemitraan antara pedagang jajanan dengan pedagang sayur obrok.

Saling menaruh kepercayaan menjadi sebuah hal yang diutamakan dalam melakukan transaksi. Untuknya, diperlukan kepribadian yang baik seperti kejujuran dalam setiap insan pelaku jual beli. Karena tanpa hal ini, akan sangat sulit membangun kepercayaan dan memasarkan produk, apalagi membangun loyalitas. Sehingga pada akhirnya juga akan menghambat laba atau rezeki yang didapatkan. Perilaku jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo ini sebagai salah praktek manajemen dalam kehidupan manusia. Konsep manajemen jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam diarahkan pada tujuan meraih ridha Allah ﷻ akan menjadi pondasi awal manusia dalam mencari rezeki dengan jalan yang benar. Keyakinan bahwa pengawasan langsung dari Allah ﷻ membuat sebagai awal dan tujuan manusia dalam melakukan aktivitas di dunia adalah Allah ﷻ, termasuk manajemen. Secara sederhana, hal ini dapat dilihat dari gambar 4.2 di bawah ini.



Gambar. Praktek Manajemen Penjualan dalam Perspektif

SIMPULAN

Praktek jual beli jajanan di pasar tradisional Balong Ponorogo terjadi antara pedagang jajanan yang bertindak sebagai penjual dengan pedagang sayur obrok yang bertindak sebagai pembeli. Jual beli dilakukan tanpa ada tawar menawar karena diantara keduanya sudah terjalin kerjasama yang kuat dan dalam waktu yang telah lama, sehingga penjual cukup menaruh jajanan di gerobak pembeli, dan pembayaran dilakukan ketika kedua belah pihak bertemu. Kejujuran dan motivasi untuk saling menolong diantara keduanya menjadi sebuah hal penting yang perlu diutamakan. Cara seperti ini telah lazim digunakan dan dibolehkan jika ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

Jika ditinjau dari rukun-rukun jual beli dalam ekonomi Islam, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

- a. Ditinjau dari segi Subjek Akad, praktek jual beli tersebut sudah sah karena telah memenuhi persyaratan tentang subjek dalam ekonomi Islam. Akan tetapi, subjek akad juga dipengaruhi oleh kemampuan dan kepribadian para pelaku untuk membangun sebuah bangunan loyalitas.
- b. Ditinjau dari segi objek, praktek jual beli tersebut sudah bisa dinyatakan sah. Karena objek yang digunakan telah memenuhi persyaratan tentang objek jual beli dalam ekonomi Islam. Akan tetapi, objek juga dipengaruhi oleh kualitas dan jaminan yang diberikan.
- c. Ditinjau dari segi ijab kabul, praktek jual beli dilakukan secara lisan sehingga sudah sah menurut pandangan ekonomi Islam,. Akan tetapi, penyerahan barang tanpa ada penerimanya sebenarnya dilarang dalam Islam, karena bisa menimbulkan sengketa. Selain itu, hal yang perlu diperhatikan adalah perlunya pendekatan pendahuluan oleh penjual dalam kondisi tertentu sebelum terjadi transaksi.

Sedangkan jika dilihat dari sudut pandang ilmu Manajemen, satu hal yang dapat disimpulkan adalah penjual perlu menyediakan cadangan kerugian. Karena meski berdasar kepercayaan antar pihak, akan tetapi sangat dimungkinkan adanya kecurangan, barang hilang, rusak, maupun tidak laku. Selain untuk memudahkan penghitungan laba rugi, manfaat dari hal ini adalah wujud dari jaminan yang diberikan kepada konsumen, sehingga mampu membangun loyalitas yang lebih besar. Kejujuran, kepercayaan, untuk mencapai loyalitas pelanggan menjadi nilai-nilai para pedagang karena mereka yakin aktivitasnya selalu diawasi oleh Allah ﷻ. Model jual beli ini menggambarkan penerapan manajemen penjualan jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam akan menekankan perilaku manajemen dengan tujuan akhir ridha Allah ﷻ.

DAFTAR PUSTAKA

- Baidowi, Aris . 2011. Etika Bisnis Perspektif Islam. Jurnal Hukum Islam (JHI) Volume 9, Nomor 2 (239-250)
- Bukhori, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Dr. Basu Swastha Dh., M. B. A. 2001. *Manajemen Penjualan*. Edisi 3. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta
- Forster, G., & Fenwick, J. 2015. The Influence of Islamic Values on Management Practice in Morocco. *European Management Journal*, 33 (2). Hal. 143-156

- Junaidi, Ircham. 2011. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Jual Beli Gabah Di Desa Tanjungrejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun*. Skripsi. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Ponorogo. Ponorogo.
- Magfiroh, Siti. 2008. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Secara Borongan (Studi Kasus Di Pasar Giwangan Yogyakarta)*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian kualitatif*. Cet 21. Rosda. Bandung
- Prof. DR. H. Noeng Muhadjir. 1998. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bayu Indra Grafika. Yogyakarta
- Prof. DR. H. Noeng Muhadjir. 1998. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bayu Indra Grafika. Yogyakarta
- Samsuni, S. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. Al-Falah; Jurnal Ilmiah KeIslaman dan Kemasyarakatan 17 (1). Hal. 113-124
- Tho'in, Muhammad. 2015. Konsep Ekonomi Islam Jalan Tengah (Kapitalis – Sosialis). Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 01 No. 03