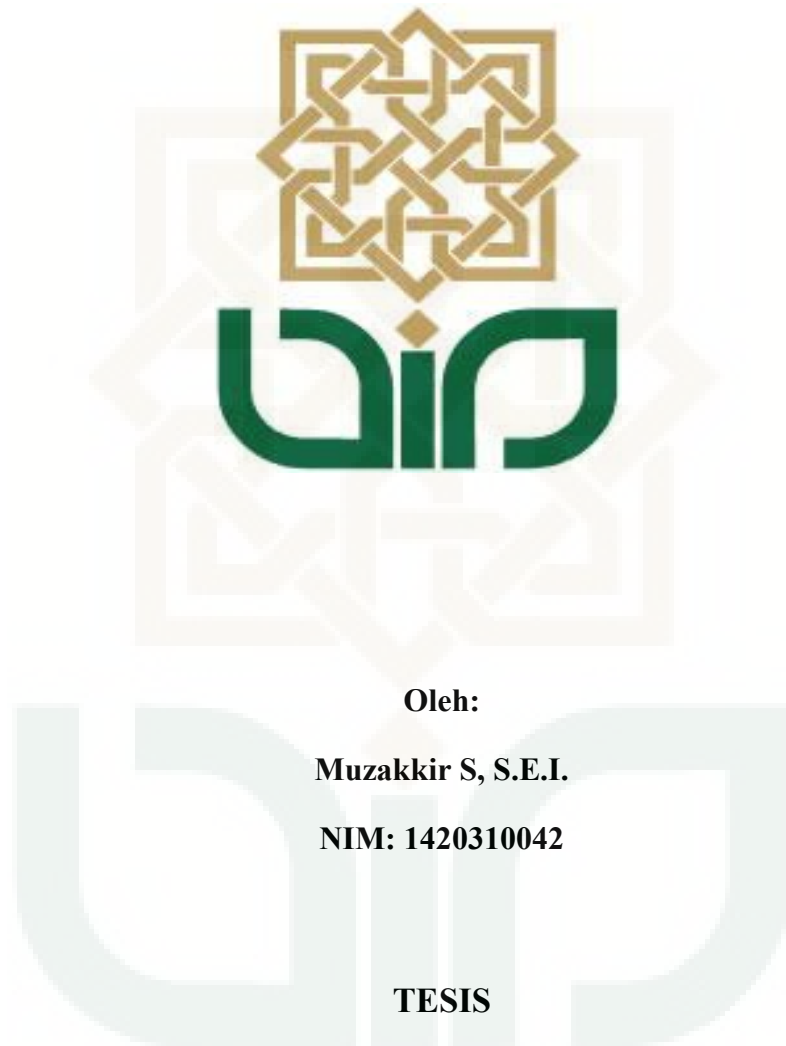


**KONSEP AT-TAS'İR AL-'ADL DI PASAR SENI SESELA GUNUNGSARI
LOMBOK BARAT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**



Oleh:

Muzakkir S, S.E.I.

NIM: 1420310042

TESIS

**Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister Hukum Islam
Program Studi Hukum Bisnis Syari'ah**

**YOGYAKARTA
2016**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muzakkir S, S.E.I.
NIM : 1420310042
Jenjang : Magister
Program Studi : Hukum Islam
Konsentrasi : Hukum Bisnis Syari'ah

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 04 Maret 2016

Saya yang menyatakan



Muzakkir S, S.E.I.
NIM. 1420310042

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muzakkir S, S.E.I.
NIM : 1420310042
Jenjang : Magister
Program Studi : Hukum Islam
Konsentrasi : Hukum Bisnis Syari'ah

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 04 Maret 2016

Saya yang menyatakan



Muzakkir S., S.E.I.
NIM. 1420310042



KEMENTERIAN AGAMA
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PENGESAHAN

Tesis berjudul : KONSEP *AL-TAS'IR AL-ADL* DI PASAR SENI SESELA
GUNUNGSARI LOMBOK BARAT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM

Nama : Muzakkir S, S.E.I.
NIM : 1420310042
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Hukum Islam
Konsentrasi : Hukum Bisnis Syari'ah
Tanggal Ujian : 17 Maret 2016

telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Studi Islam (M.S.I.)

Yogyakarta, 18 Maret 2016

Direktur



Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D.
NIP. 19711207 199503 1 002

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI
UJIAN TESIS**

Tesis berjudul : KONSEP *AL-TAS'IR AL-ADL* DI PASAR SENI SESELA
GUNUNGSARI LOMBOK BARAT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM

Nama : Muzakkir S, S.E.I.
NIM : 1420310042
Program Studi : *Hukum Islam*
Konsentrasi : Hukum Bisnis Syariah

telah disetujui tim penguji ujian munaqosah

Ketua Sidang Ujian : Ahmad Rafiq, M.Ag. Ph.D.

Pembimbing/Penguji : Dr. Moh. Thanthowi, M.Ag.

Penguji : Dr. M. Fakhri Husein, MA.

diuji di Yogyakarta pada tanggal 17 Maret 2016

Waktu : 12.00 wib.

Hasil/Nilai : 95,25/A+

Predikat : Dengan Pujian/Sangat Memuaskan/Memuaskan



NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikumwr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

KONSEP AT-TAS'IR AL-'ADL DI PASAR SENI SESELA GUNUNGSARI LOMBOK BARAT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Yang ditulis oleh:

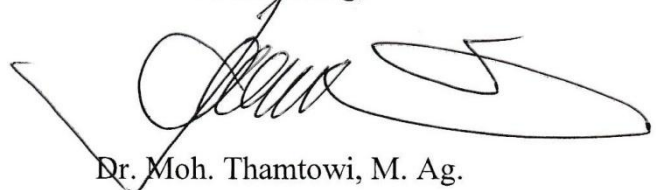
Nama : Muzakkir S., S.E.I.
NIM : 1420310042
Jenjang : Magister
Program Stud : Hukum Islam
Konsentrasi : Hukum Bisnis Syari'ah

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Studi Islam.

Wassalamu 'alaikumwr.wb.

Yogyakarta, 17 Februari 2016

Pembimbing,



Dr. Moh. Thamtowi, M. Ag.

motto

من سلك طريقا يلتمس فيه علما سهل الله له طريقا الى الجنة

**Barang siapa yang menjalani suatu jalan untuk mencari ilmu
maka Allah Swt akan mempermudah baginya masuk ke surga.**

Tesis Ini Kupersembahkan Kepada:

Kepada Ibu tercinta dan terkasih (Muna'ah) semoga sehat wal afiyat menyertaimu dan kepada Bapak tercinta H. Syuaib (alm) semoga mendapat ridwan, rahmat dan ampunan di sisi-Nya.

Tampi Asih Agung

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji proses penentuan dan mekanisme harga di pasar Sesela Gunungsari Lombok Barat. Mekanisme pasar seni Sesela yang berbeda dengan pasar pada umumnya memiliki pengaruh dan dampak terhadap pola transaksi, pembayaran, penentuan harga, dan *bussines ethics* yang dijalankan. Fokus penelitian ini setidaknya menjawab dua persoalan, yaitu: 1) Bagaimana mekanisme *Al-Tas'ir Al-'Adl* dalam transaksi di pasar seni Sesela Gunungsari Lombok Barat NTB?, 2) Bagaimana *Al-Tas'ir Al-'Adl* di pasar seni Sesela Gunungsari Lombok Barat NTB perspektif etika bisnis Islam?

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif-analitis dengan menggunakan pola pendekatan hukum dan etika. Ada dua teori yang menjadi landasan penelitian ini, yaitu teori *Al-Tas'ir Al-'Adl* yang digagas oleh Ibn Taimiyah dan Ibn Khaldun guna menganalisis dari aspek hukum, dan teori Al-Ghazali untuk menganalisis aspek etika. Keseluruhan temuan penelitian diperoleh melalui pengumpulan data dengan melakukan: (1) observasi, (2) wawancara, dan (3) dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme yang terjadi di pasar seni Sesela mencerminkan proses penentuan harga yang sudah sesuai dengan aturan hukum Islam. Pemberlakuan *Al-Tas'ir* secara kasuistis bertujuan menjaga stabilitas ekonomi dan harmonisasi pasar serta pihak-pihak yang terkait demi terwujudnya kemaslahatan dan kesejahteraan bersama. Di samping itu, adanya upaya aktualisasi dan operasionalisasi konsep *Al-Tas'ir Al-'Adl* yang diberlakukan di pasar seni Sesela menunjukkan adanya penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam. Internalisasi nilai-nilai keadilan, ihsan, transparan, dan kejujuran yang diterapkan dalam melakukan penentuan harga menjadi indikasi bahwa penentuan harga dilakukan secara baik tanpa melanggar etika bisnis dan prinsip-prinsip dalam bermuamalah.

Kata Kunci: *Al-Tas'ir Al-'Adl, Pasar Seni, dan Etika Bisnis Islam*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي وفقنا لأداء أفضل الطاعات, ووفقنا على كيفية اكتساب أكمل السعادات, وهدانا إلى قولنا أعوذ بالله من الشيطان الرجيم من كل المعاصي والمنكرات والصلاة والسلام على سيدنا محمد المؤيد بأفضل المعجزات والآيات, وعلى اله وصحبه بحسب تعاقب الآيات.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Qodi Rabbul Jalil, yang dengan rahmat, hidayah dan inayah-Nya tesis ini bisa terselesaikan sebagaimana yang diinginkan. Shalawat dan salam selalu tercurahkan buat junjungan alam, pigur central, panutan umat sepanjang masa, nabi Muhammad Saw. karena berkat kegigihan Beliau, sampai saat ini panji Islam masih berkibar di alam jagat raya ini.

Selanjutnya, penulis menyadari bahwa tesis ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan begitu tinggi kepada :

1. Prof. Drs. H. Akh. Minhaji, M.A., Ph.D., selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Noorhaidi Hasan, M.A, M. Phil, Ph.D., selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag., M. Ag., selaku Ketua Program Studi Hukum Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Moh. Thantowi, M. Ag., Selaku pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan dan koreksi dengan penuh kesabaran sampai tesis ini bisa terselesaikan.
5. Segenap Dosen Prodi Hukum Islam konsentrasi Hukum Bisnis Syari'ah yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu yang bermanfaat dan berguna bagi penulis untuk tugas dan tanggung jawab selanjutnya. Begitu juga kepada seluruh karyawan dan petugas Perpustakaan Pusat dan perpustakaan

Pascasarjana UIN Suka. Keramahan dan profesionalisme dalam melayani kami menjadi ladang amal di sisi Allah swt.

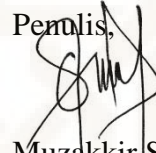
6. Tak terlupakan, terimakasihku buat orangtuaku, yang tercinta Ibuku Muna'ah semoga selalu diberikan kesehatan, iman dan Islam yang kuat untuk bisa menjalankan segala aktivitas dengan baik dan diridhai Allah Swt, dan untuk ayahku H. Syuaib (alm) semoga mendapatkan ridawan, ampunan dan tempat yang baik di sisi Allah Swt. Do'a tulus, semangat, senyum, canda, tangis, kerja keras dalam bertani dan berdagang hanya untuk membiayai kuliah saya adalah amal ibadah *jāriyah* kalian dan pelajaran berharga bagi saya sebagai anak. Semoga Allah membalasnya dengan janji-Nya yang Maha Benar.
7. Begitu juga kepada kakakku (Hilmiah) yang dengan penuh kasih sayang memberikan motivasi dan dukungan yang luar biasa, dan keponakanku tercinta (Fina Adibatunnisa) yang belum sempat dipinang karena harus melanjutkan studi di Yogyakarta semoga diberikan kesehatan, menjadi anak yang berbakti kepada orang tua, menjadi anak shalehah dan bisa menjadi hafizah dan mampu mengamalkan ilmunya.
8. *Ihtiraman wa ta'ziman* kepada semua masyayikh para Tuan Guru yang ada di lingkup Ponpes Al-Halimy, *wa bilkhusus* TGH. Drs. Munajib Kholid dan TGH. M. Yasin, S.Pd.I., yang sejak kecil menjadi guru, panutan dan inspirator. Tidak lupa kepada guru-guru Pondok Khusus Al-Halimy, Ust. H. Humaidi, S.Pd.I, Ust. Sibawaeh, M.Pd.I, Ust. Hafizin, S.Pd.I, Ust. Syujai, S.Pd.I, Ust. H. Zaenuddin, Ust. H. Islahuddin, MA., Ust. Suardi, S.Pd.I, Ust. Syafi'i, M.H.I, Ust. Subki, M.Pd.I, dan yang tidak bisa saya sebut satu persatu, semoga Allah Swt selalu memberikan kesehatan dan mempermudah segala urusan.
9. Teman-teman kelas HBS, kebersamaan, semangat, canda tawa, motivasi dan inspirasi kalian sangat berharga untuk masa depan.
10. Terakhir kepada rekan-rekan dan wet-wet seperjuangan Yogyakarta, kebersamaan menjadi pelancong ilmu di daerah orang lain menjadi sejarah yang sulit terlupakan.

Penulis sangat menyadari bahwa tesis yang ada di hadapan pembaca ini sangat jauh dari kata sempurna. Karena bagaimanapun kesalahan dan keteledoran kerap menghampiri setiap insan termasuk penulis sendiri. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan dari para pembaca demi melengkapi dan sebagai bahan evaluasi selanjutnya.

Akhirnya semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan Tesis ini dan semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Yogyakarta, 17 Februari 2016

Penulis,



Muzakir S, S.E.I
NIM: 1420310042

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi yang dipakai dalam penyusunan tesis ini Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 157/1987:

A. Konsonan Tunggal.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alîf	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	S a'	Ş	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	h{a	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	z al	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	s}ad	Ş	es (dengan titik di bawah)
ض	d{ad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	t{a'	ţ	te (dengan titik di bawah)
ظ	z{a	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
	kaf	k	ka

ك	lam	l	el
ل	mim	m	em
ن	num	n	en
م	wawu	w	w
هـ	ha'	h	ha
و	hamzah	,	apostrof
ي	ya'	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعدِّدة	Ditulis	Muta'addidah
عدَّة	Ditulis	'iddah

C. Ta' marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
علة	Ditulis	'illah

2. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karāmah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan damah ditulis atau h.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakāh al-fiṭri
------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

-----	fathah	Ditulis	a
-----	kasrah	Ditulis	i
-----	dammah		u

E. Vokal Panjang

1	Fathah+alif جا هلية	ditulis	ā
2	Fathah+ya' mati	ditulis	jāhiliyyah
3	Kasrah+ya' mati	ditulis	ā
4	Dammah + wawu mati	ditulis	tansā
	فروض	ditulis	ī
		ditulis	karīm
		ditulis	ū
		ditulis	furūd

F. Vokal Rangkap

1	Fathah+ya' mati	ditulis	Ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2	Fathah+wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaulun

G. Vokal pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أأنتم	Ditulis	a'antum
أأعدت	ditulis	u'iddat
لأئن شكرتم	ditulis	la'in syakartum

H. Kata Sandang Alif+ Lam

a. Bila diikuti Huruf Qomariyah

القرآن	Ditulis	al-Qur'an
القياس	Ditulis	al-Qiyās

b. Bila diikuti Huruf Syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf l (el).

السماء	Ditulis	al-Samā'
الشمس	Ditulis	Al-Syams

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوي	Ditulis	Ẓawī al-furūd
الفروض	Ditulis	Izā 'alimat
إذا علمت		

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	v
NOTA DINAS	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan	8
D. Kajian Pustaka	9
E. Kerangka Teoritis	14
F. Pendekatan dan Metode Penelitian	29
G. Sistematika Pembahasan	33

BAB II KONSTRUKSI *AL-TAS'IR AL-'ADL* DAN ETIKA BISNIS

ISLAM DALAM DIALEKTIKA SEJARAH PEMIKIRAN

EKONOMI ISLAM. 35

- A. Konstruksi *Al-Tas'ir Al-'Adl* Menurut Ulama Fiqh..... 35
 - 1. Abu Yusuf' 39
 - 2. Yahya bin Umar 41
 - 3. Al-Ghazali 43
 - 4. Formulasi *Al-Tas'ir Al-'Adl* Pespektif Ibn Taimiyah..... 44
 - 5. Formulasi *Al-Tas'ir Al-'Adl* Pespektif Ibn Khaldun 58
- B. Konstruksi Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali 70
 - 1. Etika Transaksi dalam Muamalah 72
 - 2. Konsep Keadilan dalam Muamalah 74
 - 3. Konsep Ihsan dalam Mumalah 76
 - 4. Etika dalam Mencari Barang Halal dan Haram 81

BAB III PAPARAN DATA DAN TEMUAN

- A. Peta Geografis dan Demografis Pasar Seni Sesela 86
- B. Pasar Seni Sesela dalam Kilas Sejarah..... 91
 - 1. Usaha Kerajinan dan Kesenian Pra Bom Bali 91
 - 2. Usaha Kerajinan dan Kesenian Pasca Bom Bali..... 92
 - 3. Pendirian dan Pertumbuhan Awal Pasar Seni Sesela 93
 - 4. Struktur Keanggotaan Pengurus Pasar Seni Sesela 101
- C. Penetapan dan Norma Sebagai Langkah Penguatan Produktivitas... 102
- D. Deskripsi Hasil Temuan 108
 - 1. Komoditi Ekonomi dan Pengadaannya..... 108
 - 2. Persaingan Bisnis 112
 - 3. Ketentuan Harga 113
 - 4. Mekanisme Transaksi 115
 - 5. Minat Konsumen 116
 - 6. Kelangkaan Barang atau Limitasi Komoditi..... 117

7. Keunikan dan Nilai Seni dari Sebuah Barang	118
8. Alat Pembayaran	119

BAB IV: ANALISIS *AL-TAS'ĪR AL-'ADL* DI PASAR SENI

PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. Operasionalisasi Konsep <i>Al-Tas'ir Al-'Adl</i> di Pasar Seni Sesela	121
1. Aspek Pengadaan Barang	121
2. Aspek Persaingan Bisnis	123
3. Aspek Ketentuan Harga	124
4. Aspek Mekanisme Transaksi	128
5. Aspek Minat Konsumen	130
6. Aspek Limitasi Komoditi atau Persediaan Terbatas	133
7. Aspek Keunikan dan Nilai Seni	134
8. Aspek Mekanisme Pembayaran	135
B. Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap <i>Al-Tas'ir Al-'Adl</i> Di Pasar Seni Sesela	152

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	167
B. Saran	168
C. Keterbatasan dan Rekomendasi	169

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kondisi Pertumbuhan Penduduk Desa Sesela Gunungsari Lobar, 87.
Tabel 2	Nama-Nama Dusun dan Kepala Dusun Desa Sesela Kecamatan Gunungsari, 88
Tabel 3	Jumlah Industri Rumah Tangga, Pengerajin dan Seniman Desa Sesela Kecamatan Gunungsari, 89.
Tabel 4	Jumlah Mata Pencaharian Warga Desa Sesela Kec. Gunungsari, 89.
Tabel 5	Struktur Keanggotaan Kelompok Usaha Pasar Seni Sesela, 102.
Tabel 6	Indikator Harga Adil di Pasar Seni Sesela Gunungsari, 139.
Tabel 7	Indikator Nilai Seni di Pasar Seni Sesela Gunungsari, 140.
Tabel 8	Indikator Faktor Penentuan Harga di Pasar Seni Sesela, 152.
Tabel 9	Formulasi Etika Bisnis Islam Al-Ghazali, 162.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis merupakan komponen yang tidak bisa dipisahkan dari ruang gerak hidup manusia, baik dalam rangka memenuhi kebutuhan maupun dalam upaya melayani keinginan. Begitu kuat dorongan al-Qur'an tentang ekonomi dan bisnis dapat dicermati dalam berbagai terminologi dan *keyword* yang terkait dengan dunia ekonomi dan bisnis itu sendiri¹ seperti term *al-bai'*,² *al-tijārah*,³ dan *isy tara*.⁴ Hal itu mengindikasikan bahwa bisnis merupakan elemen penting dalam siklus kehidupan manusia yang menentukan arah kebutuhan dan keinginan manusia dapat atau tidak dapat terpenuhi. Sehingga bisnis merupakan keniscayaan yang mesti ada bahkan para nabi menjadikan bisnis sebagai salah satu media penyebaran idiologi dan ajaran-ajaran tentang misi visi kenabian. Maka dengan tegas al-Qur'an mendeklarasikan bisnis

¹ Lukman Faurani, *Arah dan Strategi Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Magistra Insani Press, 2006), hlm. 91.

² Term *al-bai'* dalam al-Qur'an bisa ditemukan sebanyak 15x dengan segala bentuk derivasinya. Lihat Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Mu'jam Mufahras Li Alfādzī al-Qur'an* (Bairut: Dārul Marifah, 2002), hlm. 141.

³ *Al-Tijārah* disebutkan dalam al-Qur'an sebanyak sembilan kali dengan derivasi *Al-Tijārah* sebanyak delapan kali dan *tijāratuhum* sebanyak satu kali. Lafadz *Tijārah* itu terdapat dalam QS. al-Baqarah[2]: 282, QS. an-Nisa[4]: 29, QS. at-Taubah[9]: 24, an-Nur[24]: 37, Fāthir[35]: 29, as-Shaff[61]: 10, dan pada surat al-Juu'ah[62]: 11 sebanyak dua kali. Sedangkan bentuk *tijāratuhum* terdapat pada QS. al-Baqarah[2]: 16. Lihat *Ibid...*, hlm. 152.

⁴ Lafadz *isy tara* disebutkan sebanyak 25x dalam berbagai bentuk dan derivasi. Lihat Muhammad Fuad Abdul Baqi, *Mu'jam Mufahras...*, hlm. 381.

pada dasarnya merupakan hal yang halal, sebagaimana al-Baqarah 275 menjelaskan.⁵

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Bisnis modern merupakan realitas yang amat kompleks. Banyak faktor turut mempengaruhi dan menentukan kegiatan bisnis, antara lain faktor organisatoris-manajerial, faktor ilmiah-teknologis dan faktor politik-sosial-kultural.⁶ Kompleksitas bisnis tidak bisa dipahami secara terpisah dari masyarakat yang dalam diri masyarakat itu sendiri terdapat struktur yang kompleks. Bahkan dalam banyak hal, faktor yang mempengaruhi perkembangan masyarakat merupakan faktor yang mempengaruhi bisnis juga.⁷

⁵ Dalam kaidah ushul fiqh disebutkan الأصل في المعاملات الإباحة “*asal hukum muāmalat adalah mubah/boleh*”.

⁶ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Cet. Ke-X., (Yogyakarta: Kanisius, 2009), hlm. 13.

⁷ L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm. 45.

Meningkatnya frekuensi perkembangan bisnis yang semakin kompleks, sudah banyak mempengaruhi dimensi ruang bisnis yang menuntut sikap responsif solutif dari para pelaku bisnis dengan tetap memperhatikan etika dalam bisnis itu sendiri. Kontestasi persaingan bisnis dalam pasar kian tidak terbendung yang secara tidak langsung berpengaruh pada struktur dan mekanisme pasar itu sendiri. Dalam perekonomian Islam pasar mendapat kedudukan yang amat *urgen*. Islam menekankan adanya moralitas di pasar seperti persaingan sehat, kejujuran, keadilan, dan keterbukaan yang harus diimplementasikan oleh semua pihak sebagai bentuk tanggung jawab kepada Allah Swt.⁸

Dalam konsep Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Pertemuan keduanya harus didasarkan dan terjadi atas asas rela sama rela, tidak ada pihak yang terpaksa, tertipu atau adanya kekeliruan objek transaksi dalam melakukan transaksi barang tertentu.⁹ Bila terjadi hal-hal demikian, maka struktur dan atribut pasar akan menjadi kacau dan tidak stabil serta berakibat fatal bagi keberlangsungan sistem ekonomi. Jalannya mekanisme pasar sangat mempengaruhi ketentuan harga normal. Peningkatan permintaan suatu komoditi cenderung menimbulkan upaya menaikkan harga dan mendorong produsen memperbanyak produksi barang, namun jika kemampuan produsen dalam menyediakan barang meningkat dan permintaan menurun, maka harga akan

⁸ Veithzal Rivai, dkk., *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta; PT. Bumi Aksara, 2012), hlm. 1.

⁹ Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 181.

turun.¹⁰ Sederhananya, permintaan meningkat penawaran menurun maka harga akan naik, jika permintaan menurun penawaran meningkat barang menjadi turun, dan itulah yang menjadi faktor utama yang mempengaruhi harga normal di pasar.

Popularitas Lombok sebagai surga wisata sudah terdengar sejak dahulu, destinasi wisata dengan keindahan alam yang begitu banyak menjadikan Lombok sebagai pulau yang menarik banyak wisatawan. Layaknya pulau lain, Lombok dihuni oleh mayoritas suku Sasak sebagai penduduk asli dan kelompok etnik mayoritas yang meliputi lebih 90% dari total keseluruhan penduduk Lombok. Melihat potensi alam yang dimiliki, masyarakat suku Sasak berusaha memanfaatkan hal itu sebagai komoditi yang dapat dikomersialkan pada para wisatawan yang mau tidak mau menuntut kesiapan sumber daya manusia masyarakat setempat. Kreatifitas dan inovasi dalam mendesain komoditi tersebut sangat dibutuhkan, terlebih ketika Indonesia secara umum akan dihadapkan pada Masyarakat Ekonomi Asia.

Pemerintah sebagai pengelola daerah berusaha mendesain dan memberikan fasilitas terbaik guna memberikan layanan terbaik (*service excellen*) kepada para wisatawan sebagai sumber pendapatan daerah yang diiringi dengan pembukaan lapangan kerja dan peluang bisnis bagi masyarakat sekitar sebagai *supplier* dan *saller*. Dengan demikian, ekpektasi pada bidang pariwisata bisa memberikan kontribusi dalam menjamin stabilitas ekonomi masyarakat.

¹⁰ Abdul Mannan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995), hlm.149.

Peran yang ditunjukkan pemerintah baik kota maupun kabupaten banyak sekali, salah satunya adalah mewujudkan pasar kuliner, pasar buah bahkan pasar seni. Secara khusus, Kabupaten Lombok Barat dalam memberikan peluang bisnis bagi warganya telah membuka beberapa alternatif seperti pasar kuliner dan pasar seni. Khusus pasar seni, pemerintah Kabupaten Lombok Barat telah mendirikan pasar seni di tiga daerah yang berbeda, yaitu Banyumulek Kecamatan Labuapi, Senggigi Kecamatan Batulayar dan Sesela Kecamatan Gunungsari. Akan tetapi lokus dan fokus penelitian ini hanya di pasar seni Sesela Kecamatan Gunungsari. Penegasian lokus penelitian di dua pasar seni (selain pasar seni Sesela) didasarkan karena keberadaan pasar seni Banyumulek secara keorganisasian dan pengelolaan manajemen sudah tidak beroperasi sekalipun aktivitas seni gerabah dan hasil masih tetap berjalan dan ada, proses pemasarannya dilakukan melalui mitra usaha dengan pasar seni yang ada di kabupaten Lombok Barat dan sekitar kota Mataram. Sedangkan penegasian pasar seni Senggigi disebabkan karena secara geografis memang keberadaannya sangat strategi dan tepat sebagai tujuan wisata dan menjadi salah satu icon Lombok, sehingga komoditi yang dijualnya hanya menjajakan hasil industri lokal sebagai oleh-oleh tanpa ada aktivitas seni, hasil seni dan para seniman yang menetap serta tidak berada di tengah pondok pesantren.

Sementara pemilihan pasar seni Sesela Kecamatan Gunungsari disebabkan karena pola transaksi yang digunakan tergantung pada konsumen, bila konsumen dari wisatawan lokal yang melakukan transaksi maka pola

yang diberlakukan adalah menggunakan pembayaran dengan mata uang rupiah, sementara bila konsumen dari wisatawan luar negeri pola transaksi menggunakan pembayaran mata uang dolar, dan hal itu berpengaruh pada mekanisme penentuan harga atau *al-Tas'ir al-'Adl* yang lahir dari para pelaku bisnis di pasar seni tersebut. Di samping itu layaknya pasar seni yang lain, harga sangat dipengaruhi oleh nilai seni bukan jumlah komoditinya seperti di pasar pada umumnya, terlebih lokasi pasar seni Sesela Kecamatan Gunungsari berada di tempat di mana masyarakatnya memiliki kultur religius yang sangat tinggi karena banyak berdiri pondok pesantren, paling tidak terdapat tujuh Pondok Pesantren dari sebelas dusun yang ada dan lokasi keberadaan pasar seni tersebut berada di tengah pondok pesantren yang ada.

Eksistensi pasar seni Sesela Gunungsari merupakan salah satu pasar seni yang memiliki manajemen yang cukup baik, karena bukan sekedar menjajakan hasil seni namun terdapat aktivitas seni, hasil seni dan para seniman yang merupakan penghuni asli desa Sesela. aktivitas seni hampir berjalan di seluruh dusun dengan komoditi dan hasil seni yang bervariasi, mulai dari pembuatan kursi dengan asesoris hasil kreasi dari cukli, produk kaligrafi, produk asesoris hiasan rumah, dan lain-lain. Aktivitas seni biasanya melibatkan seniman dan para ibu rumah tangga dalam membantu proses pembuatan mulai dari pembuatan pola, proses cukli, meka, dan finishing.

Lokasi pasar seni Sesela Kecamatan Gunungsari secara geografis berbeda dengan pasar seni yang lain baik dari segi budaya, sumber daya, dan startegi lokal. Keberadaan pasar seni Sesela Kecamatan Gunungsari yang

berlokasi dekat bandara lama Lombok dan dekat dengan pusat kota ditambah dengan banyaknya pondok pesantren sedikit tidak memiliki pengaruh terhadap perkembangan dan eksistensi pasar seni tersebut, terlebih ketika melihat komoditi ekonomi yang ada di pasar seni ada beberapa yang masuk dalam kategori benda atau barang yang masih diperdebatkan secara hukum Islam. Problem itu cukup mempengaruhi produsen dan konsumen terhadap kultur masyarakat setempat yang secara substansial berbeda dengan kultur religius masyarakat pada umumnya, di samping problem lain yang dihadapi oleh para pedagang, seninam, pengrajin dan para konsumen.

Dengan demikian, secara operasional yang menjadi masalah adalah fenomena yang terjadi di kalangan pegiat bisnis di pasar seni dan sesuai dengan latar belakang di atas, peneliti akan mengkajinya dengan judul *“Konsep Al-Tas’ir Al-‘Adl di Pasar Seni Sesela Gunungsari Lombok Barat Perspektif Etika Bisnis Islam”*.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, kiranya pertanyaan dari masalah yang muncul adalah

1. Bagaimana mekanisme *Al-Tas’ir Al-‘Adl* dalam transaksi di pasar seni Sesela Gunungsari Lombok Barat NTB?
2. Bagaimana *Al-Tas’ir Al-‘Adl* di pasar seni Sesela Gunungsari Lombok Barat NTB perspektif etika bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Untuk menganalisis mekanisme penentuan harga normal dan adil yang diberlakukan oleh para pelaku bisnis di pasar seni Sesela Gunungsari Lombok Barat NTB
2. Untuk menganalisis penentuan harga yang terjadi di pasar seni Sesela Gunungsari Lombok Barat NTB perspektif etika bisnis Islam, dan sebagai bahan analisis evaluatif terhadap fenomena praktik bisnis kekinian.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini bisa diklasifikasikan pada dua hal;

1. Secara Teoritis
 - a. Menganalisis mekanisme transaksi yang berlaku di pasar seni Sesela Gunungsari serta menganalisis indikator-indikator yang menentukan harga sehingga dapat diketahui pola transaksi yang sesuai dengan syari'ah serta faktor yang mempengaruhi harga;
 - b. Mendeskripsikan mekanisme penentuan harga adil yang relevan dengan etika bisnis Islam dalam konteks yang berbeda namun tanpa menghilangkan *substancial values* dari prinsip-prinsip syari'ah,
2. Secara Praktis
 - a. Dapat menjadi acuan analisis evaluatif bagi para pebisnis dalam melakukan bisnis yang lebih mengutamakan etika daripada keinginan sesuai dengan konsep syari'ah.

- b. Dapat dijadikan standar normal etik bisnis dalam pengembangan pola transaksi di kawasan pariwisata secara khusus dan dunia bisnis lainnya secara umum.

E. Kajian Pustaka

Setelah melakukan kajian dan telaah pustaka terkait dengan tema atau kajian yang senada dengan penelitian ini, peneliti menemukan beberapa karya ilmiah yang berupa hasil penelitian tesis yang membahas obyek penelitian, di antara kajian ilmiah tersebut adalah;

1. Tesis karya Niken Agustin dengan judul “Implementasi Norma-Norma Etika Bisnis Syari’ah Pada Pamella Swalayan Di Diy ditinjau dari Etika Bisnis Perspektif Al-Ghazali” yang diterbitkan tahun 2015 di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tersebut menyatakan bahwa Etika bisnis syari’ah perspektif Al-Ghazali yang diimplementasikan tidak lepas dari empat pilar utama yaitu norma halal haram; norma keadilan; kejujuran dan kebajikan dengan memperhatikan visi misi perusahaan; modal usaha; barang yang dijual; hubungan antara pelaku bisnis; perjanjian yang digunakan oleh perusahaan; perilaku dengan karyawan; dan CRS sebagai alat indikator dalam mengembangkan usaha. Perbedaan dengan penelitian tersebut adalah lokus implementasi etika bisnis perspektif al-Ghazali di Pamella Swalayan sedangkan penelitian ini menggunakan gagasan teori *al-Tas’ir al-‘Adl* dua tokoh yaitu Ibn Khaldun dan Ibn Taimiyah perspektif etika bisnis Islam yang digagas oleh Al-Ghazali. Penelitian ini secara spesifik akan menyoroti etika para

pengusaha di pasar seni hanya terkait dengan penentuan harga perspektif etika bisnis Islam yang digagas oleh Al-Ghazali bukan mencakup semua instrumen yang ada di pasar seni itu sendiri.

2. Tesis karya Yusron Hanafi dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Syari’ah Terhadap Praktik Pembayaran Konsinyasi Antara Pihak Komisioner Dengan Pihak Distributor di Pasar Besar Ngawi” yang terbit tahun 2011 di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta memuat temuan yang menyatakan bahwa pelarangan menggunakan sistem konsinyasi dalam pengadaan barang karena dapat merugikan salah satu pihak. Perbedaan dengan penelitian kedua ini adalah ada pada tinjauan akad yang digunakan sebagai standar melanggar etika atau tidak. Sementara dalam penelitian ini yang menjadi fokus adalah pola dan mekanisme transaksi dalam upaya menkonstruksi *al-Tas’ir al-‘Adl* sebagai standar dalam menganalisa apakah etika yang dilakukan para pedagang sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip syari’ah.
3. Hasil penelitian dari tesis Firman Darmawan dengan judul “Penilaian untuk Estimasi Tarif Sewa pada Pasar Seni dan Kerajinan Yogyakarta” yang terbit tahun 2014 di kampus Universitas Gadjah Mada menjelaskan bahwa fokus kajian tesis tersebut adalah mekanisme penilaian estimasi tarif sewa yang dilakukan di pasar seni dan kerajinan Yogyakarta yang berimplikasi pada nilai jual barang yang diperjualbelikan. Bila dibandingkan dengan penelitian tersebut, maka perbedaannya adalah bahwa penelitian sebelumnya lebih fokus pada aspek mekanisme estimasi

sewa tempat di pasar seni, sedangkan penelitian ini tidak membahas mekanisme sewa tersebut.

4. Tesis karya Dewa Made Aris Artaman dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati Di Kabupaten Gianyar” yang terbit tahun 2015 di kampus Universitas Udayana Denpasar Bali. Temuan dari tesis tersebut menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi adalah variabel modal usaha, jam kerja, dan lokasi usaha. Masing-masing memiliki pengaruh terhadap pendapatan para pedagang pasar seni Sukawati. Sementara perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya fokus pada kajian faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar seni yang dipengaruhi oleh modal usaha, jam kerja dan lokasi berdagang. Sedangkan penelitian ini melihat aspek etika para pedagang yang terjadi dan secara lokus juga berbeda.
5. Tesis karya Ali Amin Isfandiar, S. Ag., dengan judul “Harga dalam Mekanisme Pasar (analisis terhadap pemikiran Ibn Taimiyah tentang kebijakan harga), terbit tahun 2000 di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta menyimpulkan bahwa menurut Ibn Taimiyah ada tiga kategori harga yang beredar dalam mekanisme pasar yaitu; harga normal pasar/*Şaman mişli* (harga kompetitif) yang berdasarkan asas sama-sama rela; harga normal yang sesuai dengan adat kebiasaan masyarakat/*iwađ al-mişli* (kelayakan harga) yang berdasarkan *al-‘adat muhakkamah*; dan harga yang ditentukan oleh pemerintah melalui regulasi harga/*qĩmah al-*

mişli. Dalam penelitian tersebut lebih fokus pada tataran teoritis-normatif atau kajiannya bersifat *library research*. Sementara dalam kajian ini di samping menggunakan analisis teori penentuan harga yang diformulasikan oleh Ibn Taimiyah dan Ibn Khaldun juga berusaha mengaplikasikannya pada studi lapangan yaitu studi kasus di pasar seni Sesela Gunungsari.

6. Tesis karya Nurul Huda, S. Ag., dengan judul “Konsep Harga Menurut Ibn Khaldun (kajian dalam Perspektif Hukum), terbit tahun 2002 di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan temuan yang menyatakan bahwa Menurut Ibn Khaldun terbentuknya harga tidak bisa semata-mata hanya diserahkan sepenuhnya melalui mekanisme pasar namun pada tataran tertentu diperlukan intervensi pemerintah [dengan regulasi harga]; Harga terbentuk secara alami yang ditentukan oleh peran mekanisme pasar melalui keseimbangan antara permintaan dan penawaran; dan porsi intervensi pemerintah hanya apabila terjadi fluktuasi harga yang disebabkan tindak distorsif pelaku pasar yang ingin memperlmainkan harga. Sementara dalam teori kontemporer pemerintah memegang peran yang signifikan dalam mengendalikan jalannya mekanisme pasar. Penelitian Nurul Huda masih seirama dengan temuan Ali Amin Isfandiar hanya berbeda pada tokoh yang diteliti tapi masih dalam zona kajian pustaka. Ali Amin Isfandiar mengkaji pemikiran Ibn Taimiyah sedangkan Nurul Huda mengkaji pemikiran Ibn Khaldun dan keduanya langsung menganalisis *masterpeace* dua tokoh tersebut yaitu Ibn Khaldun dalam kitabnya *Mukaddimah* dan Ibn Taimiyah dalam kitabnya

Al-Hisbah Fi al-Islam. Namun penelitian ini tidak fokus pada studi pemikiran masing-masing tokoh dan lebih pada tataran aplikatif terhadap teori-teori yang ada dari salah satu tokoh tersebut.

Dari beberapa penelitian di atas, *standing position* dari penelitian ini jelas berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya baik dari segi lokus, mekanisme, perspektif dan fokus objek kajian. Dengan demikian, peneliti akan menganalisis dan mengkaji konsep *al-Tas'ir al-'Adl* yang berlaku di pasar seni Sesela Gunungsari dengan melihat instrumen dan indikator yang mempengaruhi terbentuknya harga perspektif etika bisnis Islam. Dalam menganalisis hal tersebut, akan digunakan dua varian teori yaitu teori penentuan harga menurut Ibn Taimiyah dan Ibn Khaldun serta teori etika menurut Al-Ghazali.

Dalam beberapa kajian dan penelitian biasanya penentuan harga dikaji dari aspek akuntansi, manajemen dan lain-lain. Tapi dalam penelitian ini akan diuraikan etika penentuan harga secara syar'i di kalangan pengusaha terlebih terkait dengan komoditi yang standar harganya bukan hanya manfaat konsumsi semata namun ada nilai dan utility yang terdapat dalam komoditi tersebut. Sebagaimana fenomena yang terjadi dalam transaksi barang-barang seni, kekuatan harga bukan pada jumlah barang yang ditransaksikan namun tergantung pada nilai estetika barang dan utility personal yang didapat. Semakin tinggi nilai estetika suatu barang maka akan semakin tinggi pula nilai ekonomi yang ditawarkan bahkan terkadang tidak sesuai dan tidak wajar dengan harga yang berlaku, seperti lukisan atau hasil seni pahat yang hanya

menghabiskan sedikit biaya produksi, tapi karena memiliki nilai seni yang tinggi biaya produksi tidak menjadi acuan dalam menentukan harga barang tersebut.

F. Kerangka Teoritis

Dalam penelitian ini, untuk *term border keyword* maka ada beberapa hal yang menjadi fokus kajian peneliti, di antaranya adalah;

1. *Al-Tas'ir al-'Adl*

Dalam kajian muamalah, terminologi harga dikenal dengan dua term yaitu *Šaman* dan *si'r*. *Šaman* itu sendiri merupakan patokan harga satuan barang, sedangkan *si'r* adalah harga yang berlaku secara aktual di pasar sebagaimana yang diungkapkan Qadhi 'Iyad bahwa *si'r* adalah harga tetap yang berlaku secara aktual di pasar sedangkan *tas'ir* adalah proses penetapan harga yang berlaku di pasar.¹¹

Mekanisme harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya tarik menarik antara produsen dan konsumen baik dari pasar *output* (barang) ataupun *input* (faktor-faktor produksi).¹² Konsep harga yang adil telah dikenal sejak zaman Rasulullah Saw dan telah menjadi pegangan yang mendasar dalam transaksi yang Islami. Secara umum harga yang adil adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan yang dapat merugikan salah satu pihak dan dapat menguntungkan pihak yang

¹¹ Naziyah Hammad, *Mu'jam al-Mushtalahat al-Maliyah wa al-Iqtishadiyah fi Lughah al-Fiqhiyah*, (Dimsyah: Dār al-Qalam, 2008), hlm. 244.

¹² Nur Chamid, *Jejak Langkah dan Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 230.

lain.¹³ Di sisi lain, harga yang adil merupakan harga (nilai barang) yang dibayarkan untuk suatu objek tertentu yang diberikan pada waktu dan tempat diserahkan barang tersebut.

Beberapa tokoh menguraikan konsep harga yang adil dengan perspektif yang berbeda, di antaranya;

- a. Ibn Khaldun mengatakan sebagaimana yang dikutip oleh Nur Chamid, harga terbentuk secara alami yang ditentukan oleh peran interaksi keseimbangan permintaan dan penawaran, namun terbentuknya harga tidak bisa semata-mata hanya diserahkan sepenuhnya melalui mekanisme pasar namun pada tataran tertentu diperlukan intervensi pemerintah (dengan regulasi harga), sehingga tingkat harga yang stabil dengan biaya hidup yang relatif rendah menjadi pilihan bagi masyarakat dengan sudut pandang pertumbuhan dan keadilan.¹⁴
- b. Ibn Taimiyah mengatakan bahwa harga yang adil adalah nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu. Ketika menjelaskan *Šaman misli* beliau menyatakan bahwa itu merupakan harga yang terbentuk dari kekuatan permintaan dan penawaran. Menurutnya, jika penduduk menjual barangnya dengan harga yang normal (*wajh al-Ma'ruf*) tanpa ada cara-cara yang tidak adil, harga

¹³ Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Business Management; Praktik Manajemen Bisnis yang Sesuai Syari'ah Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2014), hlm. 238.

¹⁴ Nur Chamid, *Jejak Langkah dan Sejarah..*, hlm. 251.

tersebut bisa mengikat karena kekurangan komoditas juga karena tingginya permintaan.¹⁵

Dari dua tokoh tersebut, formulasi penentuan harga perspektif Ibn Taimiyah dan Ibn Khaldun lebih dekat hubungannya dengan fokus kajian dalam penelitian ini. Ibn Taimiyah mengeksplorasi terkait dengan mekanisme pasar secara detail dan fokus dalam sebuah karyanya *al-Hisabah fi al-Islam*. Dalam kitab tersebut Ibn Taimiyah menjabarkan semua yang terkait dengan mekanisme pasar termasuk di dalamnya tentang mekanisme penentuan harga. Di samping itu, gagasannya tentang ekonomi masih relevan dengan perkembangan ekonomi kontemporer saat ini, sehingga fleksibilitas wacana yang digagas khususnya terkait dengan mekanisme penentuan harga akan dijadikan sebagai pisau analisis dalam kasus ini. Sedangkan Ibn Khaldun secara spesifik membahas tentang mekanisme pasar dan yang terkait dengan pasar dalam kitab *muqaddimah* sebagai *master peace* beliau sebagai seorang sosiolog, sejarawan dan ekonom.

2. Etika

Secara etimologi, etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti adat, kebiasaan, watak, akhlak, sikap, perasaan dan cara berpikir.¹⁶

Sedangkan secara umum pengertian etika dapat dilihat dari beberapa definisi berikut;

¹⁵ Syaikh al-Islam Ahmad bin Abdul Halim Ibn Taimiyah, *al-Hisbah fi al-Islam*, (Bairut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah, t.th), hlm. 39.

¹⁶ L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm. 3.

- a. Sony Keraf mengatakan bahwa etika merupakan refleksi kritis dan rasional mengenai norma-norma yang terwujud dalam perilaku hidup manusia.¹⁷
- b. Menurut Abdul Aziz etika adalah suatu penyelidikan atau pengkajian secara sistematis tentang perilaku baik atau buruk.¹⁸
- c. Menurut Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin dan Faisar Ananda Arfa mengatakan bahwa etika merupakan suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, melakukan hak kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab.¹⁹
- d. Hamzah Ya'cub mengatakan bahwa etika adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akan pikiran manusia.²⁰

Dalam Islam, etika seringkali diidentikkan dengan akhlak dan adab. Akhlak terwujudkan melalui proses aplikasi sistem nilai atau norma yang bersumber pada al-Qur'an dan sunnah. Sedangkan etika terbentuk dari sistem yang berlaku secara alamiah dalam masyarakat dan dapat berubah sesuai dengan kesepakatan masyarakat pada dimensi waktu dan ruang tertentu.²¹ Sementara adab berarti kesopanan, tingkah laku yang baik atau

¹⁷ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Cet. Ke-XIV (Yogyakarta: Kanisius, 2010), hlm. 20.

¹⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: ALFABETA, 2013), hlm. 24.

¹⁹ Veithzal Rivai, dkk., *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 3.

²⁰ Hamzah Ya'cub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam; Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi* (Bandung: CV. Diponegoro, 1984), hlm. 13.

²¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam...* hlm. 51.

kehalusan budi bahasa.²² Dengan demikian, perbandingan antara etika, akhlak dan adab masing-masing memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya terletak pada objek kajiannya yaitu pada masalah baik dan buruk, sementara perbedaannya adalah etika mempertimbangkan baik dan buruk berdasarkan akal pikiran, sedangkan akhlak berdasarkan pertimbangan ajaran al-Qur'an dan sunnah, sementara adab merupakan cermin dari akhlak.²³

Istilah etika berasal dari konsep filsafat Barat, di mana dalam ajaran Islam dikenal dengan istilah akhlak. Dari segi makna keduanya memiliki persamaan yaitu sama-sama menilai aspek perilaku manusia dari segi baik dan buruk. Sementara perbedaannya adalah terletak pada tolak ukur yang digunakan. Etika menggunakan rasio atau akal pikiran sebagai tolak ukurnya, dan akhlak menggunakan tolak ukur wahyu atau agama yang bersumber dari ajaran al-Qur'an dan hadits.²⁴

Sementara menurut imam Al-Ghazali etika dalam Islam dikenal dengan istilah akhlak. Dalam mendefinisikan akhlak ia menyatakan

الخلق عبارة عن هيئة في النفس راسخة عنها تصدر الإنفعال بسهولة ويسر من غير حاجة الى فكر ورؤية

*Khuluq atau akhlak adalah sifat yang tertanam dalam jiwa yang mendorong lahirnya perbuatan dengan mudah dan ringan, tanpa pertimbangan dan pemikiran yang mendalam.*²⁵

²² Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besa Bahasa Indonesia* (Jakarta: (Pusat Bahasa, 2008), hlm. 27.

²³ Muhaimin, *Perbandingan Praktik Etika Bisnis Etnik Cina dan Pembisnis Lokal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 9-11.

²⁴ *Ibid...*, hlm. 18.

²⁵ Abu Hamid Muhammad bin Muhammad Al-Ghazali, *Ihya 'Ulum ad-Dīn*, Jilid. II., (Bairut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyah, 2012), hlm. 76.

Namun terkait dengan etika bisnis secara spesifik Al-Ghazali dalam kitabnya *Ihya 'Ulum ad-Dīn* di Jilid ke-2 tentang *Adab al-Kasbu wa al-Ma'isyah* (etika berusaha dan memenuhi kebutuhan hidup) dan *Kitab al-Halāl wa al-Harām*, beliau memaparkan materi-materi dalam beberapa bagian, yaitu tentang anjuran untuk berusaha; bentuk-bentuk akad atau transaksi; dan nilai atau norma dalam melakukan aktivitas bisnis, serta hal-hal yang halal atau haram dalam muamalah.²⁶ Al-Ghazali membicarakan soal ekonomi bukan dari sudut prinsip keuntungan semata namun tidak lepas dari sudut moral dan etika.

Dari beberapa definisi etika di atas, menurut hemat penulis etika merupakan rangkain dari refleksi-kritis-rasional yang tercermin dalam perilaku manusia baik atau buruk sesuai dengan norma-norma yang berlaku secara umum dan dapat diketahui secara akal pikiran.

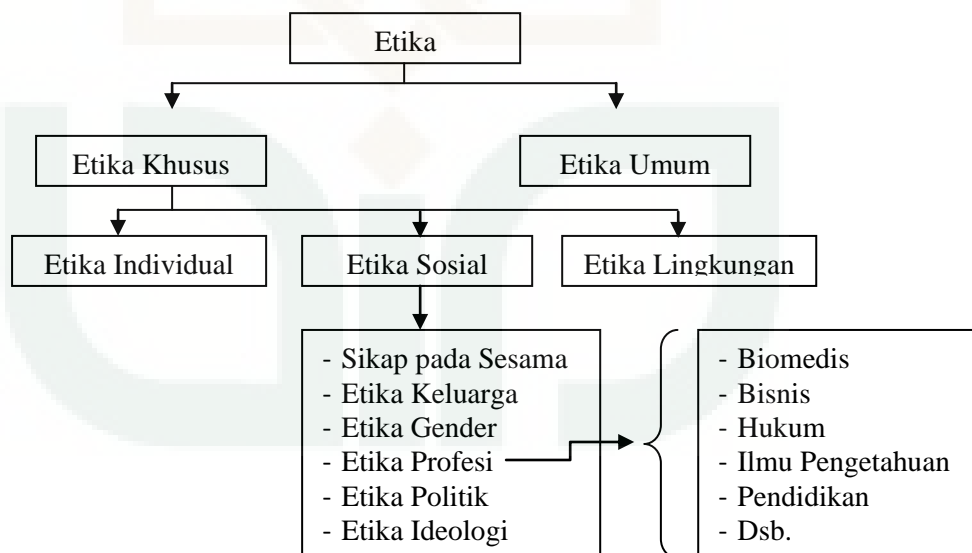
Menurut K. Bertens untuk mengalisis arti etika harus dibedakan antara etika sebagai praksis dan etika sebagai refleksi. Artinya etika sebagai praksis berarti nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktikkan atau justru tidak dipraktikkan atau sama artinya dengan moralitas. Sedangkan etika sebagai refleksi merupakan pemikiran moral tentang apa yang akan dilakukan dengan yang tidak akan dilakukan dan yang menjadi objeknya adalah etika praksis.²⁷

Teori etika secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian, yaitu etika umum dan etika khusus. Etika umum berbicara

²⁶ *Ibid...*, hlm. 57.

²⁷ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Cet. Ke-X., (Yogyakarta: Kanisius, 2009), hlm. 33.

mengenai norma dan nilai moral, landasan manusia dalam bertindak secara etis dan mengambil keputusan secara etis. Sedangkan etika khusus merupakan penerapan prinsip-prinsip atau norma-norma moral dasar dalam bidang kehidupan yang khusus. Etika khusus ini diklasifikasikan menjadi tiga etika yaitu: *Pertama*, etika individual yang lebih menyangkut kewajiban dan sikap manusia terhadap dirinya sendiri. *Kedua*, etika sosial yang berbicara mengenai kewajiban dan hak, sikap dan pola perilaku manusia sebagai makhluk sosial dalam intraksinya dengan sesama. *Ketiga*, etika lingkungan hidup yang berbicara mengenai hubungan antara manusia baik sebagai individu maupun sebagai kelompok dengan lingkungan alam yang lebih luas dalam totalitasnya.²⁸ Untuk memahami klasifikasi tersebut, berikut skema etika khusus;²⁹



²⁸ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Cet. Ke-XIV (Yogyakarta: Kanisius, 2010), hlm. 32-34.

²⁹ *Ibid...*, hlm. 34.

Bila melihat skema etika di atas, maka etika bisnis masuk dalam etika khusus yang menyangkut etika sosial pada etika profesi. Dengan demikian, etika bisnis erat kaitannya dengan etika sosial yang menyangkut bisnis sebagai profesi yang dijalani manusia. Namun demikian, perlu mempertimbangkan etika lingkungan hidup dalam menjalankan etika bisnis. Menurut hemat penulis, di sini etika lingkungan tidak bisa diabaikan mengingat komoditi yang ada di pasar seni Lombok Barat sebagian besar bahan bakunya dari alam seperti gerabah yang menggunakan tanah liat, atau pahat kayu dan cukli yang bahannya dari kayu dan kerang laut. Dengan demikian, etika bisnis sangat ditentukan juga oleh etika lingkungan hidup, baik tidaknya etika bisnis dipengaruhi oleh baik tidaknya pelaku bisnis dalam beretika dengan lingkungan hidup. Oleh sebab itu, peneliti akan berusaha mengarahkan kajian kepada etika bisnis sebagai profesi tanpa menghilangkan etika lingkungan hidup terhadap kegiatan bisnis.

Dari beberapa rumusan teori etika bisnis yang ada, dalam penelitian akan digunakan teori etika bisnis yang diformulasikan oleh imam Al-Ghazali karena memiliki *value added* dari teori yang lain. Kekhasan teori etika imam Al-Ghazali tidak hanya mengkaji ekonomi dan bisnis dari aspek konsep semata tapi lebih menyentuh kepada aspek etika dan moral. Di samping itu, formulasi Al-Ghazali akan digunakan untuk menganalisis teori yang digagas oleh Ibn Taimiyah dan Ibn Khaldun tentang mekanisme penentuan harga.

3. Bisnis Islam

Term bisnis Islam merupakan komposisi dari dua akar kata yaitu “bisnis” dan “Islam”. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.³⁰ Menurut Abdul Aziz bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan individu atau sekelompok orang yang menciptakan nilai (*create value*) melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.³¹ Dalam kajian fiqh, term bisnis lazim diistilahkan dengan *tijārah* yang secara umum didefinisikan sebagai pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan.³²

Bisnis Islam merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram) sehingga syariat menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku bisnis.³³ Paradigma masyarakat tentang bisnis mempengaruhi praktik yang dilakukan dalam bisnis itu sendiri.

Dalam bisnis Islam, ada beberapa konsep yang tidak bisa dipisahkan karena semuanya saling berkaitan, yaitu konsep tentang peran manusia, konsep tentang syari’at Islam, konsep tentang tata nilai Islam dan

³⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: ALFABETA, 2013), hlm. 28.

³¹ *Ibid...*, hlm. 30.

³² Raghīb Al-Asfahani, *al-Mufradat fi Gharib al-Qur’an* (Kairo: Maktabah Auladihi, 1961), hlm. 73.

³³ Veithzal Rivai, dkk., *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 13.

dasar konsep bisnis itu sendiri. Empat komponen konsep tersebut satu dengan yang lainnya tidak bisa dipisahkan karena untuk memahami bisnis Islam harus memahami keberadaan peran manusia di dunia ini, kemudian harus mengetahui konsep syari'at Islam tentang aturan main bisnis yang sesuai dengan ajaran syari'at, lalu kemudian memahami tata nilai Islam yang menjadi standar acuan dalam melakukan bisnis, dan yang terakhir harus mengerti konsep dasar dari bisnis yaitu mencari keuntungan.³⁴

Secara sederhana, bisnis Islam bukan hanya berorientasi pada profit semata (*profit oriented*) namun orientasi ganda (*double oriented*) mencari keuntungan di dunia guna memenuhi kebutuhan duniawi serta keuntungan di akhirat sebagai investasi setelah kematian (*falāh fī al-dunya wa al-akhirah*). Asas *aqubilirium* dalam mencari profit menjadi perbedaan mendasar antara bisnis Islam dengan konvensional.

4. Etika Bisnis Islam

Wacana etika bisnis Islam merupakan konstruk dari tiga term yang berbeda. Etika sebagai refleksi atas norma-norma moral manusia atau etika sebagai ilmu dalam kajian filsafat moral yang merupakan kritis-sistemik atas perilaku pebisnis, sementara itu bisnis sebagai sarana atau bisnis sebagai entitas ekonomi.³⁵ Dalam konteks bisnis, etika memang bukan ajaran atau ilmu, melainkan bentuk refleksi usaha sadar manusia untuk menggunakan rasionya dalam memecahkan permasalahan moral yang mengitari dunia bisnis atau etika sebagai refleksi kritis-sistemik atas

³⁴ *Ibid...*, hlm. 15-23.

³⁵ L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm. 127.

fenomena moral yang terjadi dalam bisnis. Sedangkan Islam merupakan tatanan ideologis yang sarat akan nilai-nilai ajaran suci yang dibawa oleh nabi yang agung (Muhammad Saw). *Syumuliyah* atau kompleksitas ajaran Islam masuk ke dalam semua ruang kehidupan manusia terlebih ruang bisnis. Maka bisnis sebagai sarana tidak bisa lepas dari kandungan nilai-nilai ajaran Islam. Islam tidak hanya mendeklarasikan bisnis sebagai suatu yang halal, namun Islam juga memberikan aturan main yang etis sehingga terjadi humanisasi dan harmonisasi antar sesama.

Kajian etika bisnis umumnya merujuk kepada *management ethics* dan *organizational ethics*.³⁶ Dua hal tersebut menjadi potret yang sering disoroti dan dikaji, karena keduanya menjadi ruang kritis-sistemik yang sering kali mengalami persoalan, baik kepada person pengelola dalam manajemen atau dalam etika organisasi bisnis. Maka secara teoritis, yang terjadi dalam dua hal tersebut mengindikasikan adanya konsep yang belum pas dalam merumuskan sebuah etika yang sesuai dengan ekspektasi dan tujuan bersama yang kemudian diperlukan rekonsepsi etika yang mewakili ekspektasi bersama tanpa ada eksploitasi dan diskriminasi antara para pebisnis. Dengan demikian, etika bisnis dapat diartikan sebagai penerapan prinsip-prinsip etika yang umum pada suatu wilayah perilaku manusia yang khusus yaitu dalam kegiatan ekonomi dan bisnis.³⁷

Sasaran dan ruang lingkup etika bisnis pada umumnya terklasifikasikan pada tiga hal, *Pertama*, etika bisnis sebagai etika profesi

³⁶ Faisal Badroen, dkk. *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 70.

³⁷ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Cet. Ke-X (Yogyakarta: Kanisius, 2009), hlm. 65.

yang membahas berbagai prinsip, kondisi, dan masalah yang terkait dengan praktik bisnis yang baik dan etis. *Kedua*, etika bisnis berorientasi untuk menyadarkan masyarakat, khususnya konsumen, buruh dan karyawan serta masyarakat luas yang memiliki aset umum semacam lingkungan hidup, terjaminnya hak dan kewajiban masyarakat. Pada bagian kedua ini masih jarang disinggung. *Ketiga*, etika bisnis bersifat makro yang berbicara mengenai sistem ekonomi yang sangat menentukan etis tidaknya praktik bisnis.³⁸

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.³⁹ Lebih lanjut, Muhaimin mengemukakan bahwa etika bisnis Islam merupakan rangkaian tata nilai dan norma dalam menjalankan bisnis berdasarkan pada ajaran Islam bersumber dari al-Qur'an dan sunnah yang menjamin terlindunginya hak dan kewajiban serta kepentingan para pelaku bisnis itu sendiri.⁴⁰

Justifikasi etika bisnis "Islam" atau tidak sangat ditentukan oleh prinsip-prinsip dan orientasi dari bisnis yang dilakukan. Karena banyak prinsip universal yang secara umum dimiliki oleh semua agama, suku dan ras seperti prinsip kejujuran, keadilan dan kepercayaan. Tiga prinsip

³⁸ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Cet. Ke-XIV (Yogyakarta: Kanisius, 2010), hlm. 69.

³⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam* (Bandung: ALFABETA, 2013), hlm. 35.

⁴⁰ Muhaimin, *Perbandingan Praktik Etika Bisnis Etnik Cina dan Pembisnis Lokal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 31.

tersebut diakui oleh semua agama, sehingga tidak bisa menjadi standar dalam mengklaim etika bisnis itu Islam atau non Islam. Namun untuk menjustifikasi etika bisnis itu Islam diperlukan kriteria tambahan seperti orientasi dan etika dalam transaksi, apakah akad yang digunakan relevan dengan titah al-Qur'an dan sunnah atau apakah etika bisnis tidak melanggar prinsip-prinsip al-Qur'an dan sunnah sebagai dasar dalam melakukan aktivitas bisnis. Terlebih ketika ditarik dalam ranah yang lebih sempit yaitu etika dalam menentukan harga yang adil dalam kegiatan usaha di pasar seni. Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa penentuan harga di pasar seni agak berbeda dengan penentuan harga di pasar pada umumnya. Rasionalitas ekonomi baik upaya konsumen dalam memaksimalkan kepuasan dan upaya produsen dalam memaksimalkan keuntungan bisa menjadi salah satu indikator yang mempengaruhi penentuan harga.

Oleh sebab itu, proses penentuan harga yang terjadi di daerah pariwisata secara umum dan di pasar seni khususnya mengalami mekanisme yang sangat berbeda. Harga yang terjadi bukan karena kekuatan interaksi permintaan dan penawaran semata, namun ada faktor lain yang mempengaruhi upaya penentuan harga. Regulasi harga di pasar seni Sesela tidak dilaksanakan oleh pemerintah setempat, mengingat bahwa barang yang dijualbelikan bukan bagian dari kebutuhan banyak orang. Namun secara praktik, terindikasi adanya pemberlakuan harga terhadap barang-barang tersier yang dilakukan oleh para pedagang. Oleh

sebab itu, bila terjadi penentuan harga secara praksis maka harus dilakukan analisis dari beberapa aspek seperti aspek *legal standing* dan aspek etika bisnis.

Terkait dengan etika bisnis Islam, Al-Ghazali telah memformulasikan hal itu dalam karya monumentalnya yaitu kitab *Ihya' 'Ulum ad-Dīn*. Secara spesifik di bagian juz ke-2 beliau membuka pembahasan yang khusus membahas tentang etika bisnis yaitu dengan judul bab *Kitab Adab al-Kasbi wa al-Maisyah* dan *Kitab al-Halāl wa al-Harām*. Al-Ghazali memasukkan materi-materi dan dipaparkan dalam beberapa bagian, *pertama*, anjuran untuk berusaha, *kedua*, bentuk-bentuk akad atau transaksi, dan *ketiga*, nilai atau norma dalam melakukan aktivitas bisnis, dan *keempat* adalah etika mencari harta yang halal dan menjauhi yang haram.

Inti konsep etika bisnis imam Al-Ghazali adalah motif *ta'abbudi* atau pengabdian dalam berusaha, keadilan, kejujuran, transparan, kesepakatan, kerelaan dalam transaksi dan senantiasa berbuat baik kepada pelaku bisnis yang lain. Tolak ukur perilaku bisnis yang dilarang adalah kezaliman. Karena menurut beliau kezaliman dalam bisnis adalah suatu yang menyebabkan kerugian baik berdampak secara umum yakni kepada masyarakat atau secara khusus yakni masing-masing personal.

5. Pasar Seni

Secara terminologi, pasar seni terdiri dari dua suku kata yaitu pasar dan seni. Pasar merupakan wadah yang dapat mempertemukan pihak

penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa.⁴¹ Secara umum pasar merupakan faktor yang mengungkapkan kekuatan penawaran dan permintaan atas barang dan jasa. Sedangkan kata seni dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia seni diartikan sebagai keahlian membuat karya yang bermutu atau karya yang diciptakan dengan keahlian yang luar biasa seperti tari, lukisan dan ukiran.⁴² Sementara dalam kajian filsafat seni, seni merupakan sikap dasar yang dimiliki seseorang dan bekerja berdasarkan ilmu yang diperolehnya dengan penuh kreativitas.⁴³ Sedangkan karya seni merupakan sebuah benda atau artefak yang dapat dilihat, didengar, atau dilihat sekaligus didengar (visual, audio, dan audio-visual). Seni itu berada di luar benda seni sebab seni itu berupa nilai dan nilai itu sifatnya subjektif. Nilai seni akan melahirkan kepuasan dan akan terjadi kalau benda seni itu mengandung dan menawarkan nilai-nilai objektifnya.⁴⁴

Bila digabungkan dua akar kata tersebut, maka pasar seni adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan penawaran dan permintaan atas barang berupa barang-barang kesenian atau kerajinan tangan yang dihasilkan dari karya luar biasa atau jasa seperti tari, lagu dan seni relaksasi. Oleh sebab itu, kawasan yang dijadikan lokus kajian di sini berbeda dengan pasar pada umumnya yang menjual barang kebutuhan

⁴¹ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 143.

⁴² Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besa Bahasa Indonesia* (Jakarta: (Pusat Bahasa, 2008), hlm. 1213.

⁴³ Jakob Sumardjo, *Filsafat Seni*. (Bandung; ITB, 2000), hlm. 42.

⁴⁴ *Ibid...*, hlm. 45.

pokok dan kebutuhan skunder lainnya, sedangkan pasar seni tidak menjual barang kebutuhan pokok dan skunder namun lebih pada kebutuhan tersier.

G. Pendekatan dan Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum dan etika, artinya pendekatan hukum dengan melihat pada efek transaksi dan komoditi yang dijual, kemudian dikaitkan dengan proses penentuan harga dengan menggunakan analisis hukum Islam. Sedangkan pendekatan etik digunakan untuk mengamati mekanisme yang terjadi dari sudut pandang etik. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan studi kasus yang mana objek dan sasaran penelitiannya di pasar seni Sesela Gunungsari Lombok Barat. Sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif analitis, yaitu penelitian yang dilakukan dengan menyajikan fakta lalu menganalisisnya secara sistematis sehingga lebih mudah dipahami dan disimpulkan.⁴⁵

Penelitian ini pada dasarnya adalah penelitian kualitatif. Menurut Jane Richine yang dikutip oleh Lexy J. Moleong penelitian Kualitatif adalah suatu upaya untuk menyajikan dunia sosial dan perspektifnya dalam dunia dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti.⁴⁶ Penelitian kualitatif dipilih karena jenis penelitian tersebut lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak permasalahan

⁴⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 6.

⁴⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010), hlm. 6.

maupun terhadap pola-pola nilai yang dihadapi, serta penelitian ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dengan data dan responden. Dengan demikian, laporan penelitian akan berupa kutipan-kutipan data untuk mendeskripsikan laporan penelitian. Data penelitian dapat berupa kutipan data yang berasal dari rekaman wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi yang dilakukan dengan cara observasi. Data tersebut dapat memberi gambaran tentang fenomena etika bisnis dan pola transaksi yang terjadi di pasar seni Sesela Gunungsari.

2. Setting Penelitian

Bertolak dari jenis penelitian di atas, karena ini merupakan penelitian lapangan maka dalam pelaksanaannya dilakukan beberapa tahap;

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di pasar seni Sesela Gunungsari Kabupaten Lombok Barat Nusa Tenggara Barat. Pilihan lokasi penelitian didasarkan pada dua alasan. *Pertama*, kesulitan mencari lokasi kesamaan atau kemiripan karakteristik lokasi khas yaitu secara kultur berada di lingkungan pesantren bukan daerah wisata. *Kedua*, kesulitan dalam pelaksanaan penelitian dari aspek waktu, sarana dan tenaga sehingga hanya fokus pada satu lokasi.

b. Waktu Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ada tiga tahap persiapan yang akan dilakukan, yaitu;

- 1) Tahap persiapan, yang meliputi penyusunan proposal, ujian proposal, permohonan ijin penelitian dari kampus dan BAPEDA Kabupaten Lombok Barat.
- 2) Tahap penelitian, yang meliputi semua kegiatan penelitian di lapangan seperti pengambilan data, menentukan responden, membuat instrumen wawancara, menentukan waktu penelitian, dan penjadwalan observasi.
- 3) Tahap penyelesaian, meliputi analisa data yang dikumpulkan dan menyusun laporan hasil penelitian.

3. Subjek dan Informan Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah para pelaku bisnis yang ada di pasar seni Sesela Gunungsari, aparaturnya desa, para tokoh agama, tokoh adat dan para pengrajin atau seniman. Peneliti menjaring sebanyak mungkin informasi yang dapat diperoleh baik dari para pelaku bisnis itu sendiri atau dari para pelaksana pemangku kebijakan serta dari para tokoh masyarakat sekitar. Dari model informan tersebut bisa diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu informan kunci (orang yang memberikan informasi awal), informan ahli (orang yang mengetahui banyak hal tentang masalah pasar seni), dan informan biasa.

4. Jenis dan Sumber Data

Data primer dalam penelitian ini meliputi orang-orang yang terlibat langsung dalam aktivitas bisnis di pasar seni Sesela, di antaranya; para pedagang, pembeli dan para seniman langsung. Sasaran penelitian

sekaligus dijadikan sebagai informan. Sementara data skunder dapat diperoleh dari informan ahli atau informan biasa.

5. Tehnik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dilakukan secara terstruktur (tidak bebas) agar hasil atau data yang diperoleh kredibel dan valid sesuai dengan informasi yang mendalam dan sesuai dengan yang diharapkan. Tahapan wawancara dilakukan dengan; *pertama*, untuk mengetahui persepsi dan pandangan informan tentang etika bisnis yang dijalani, *kedua*, untuk mengungkap pola transaksi yang terjadi di pasar seni Sesela Gunungsari.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi yang terjadi di pasar seni, baik kondisi pasar maupun etika pedagang dan pembeli. Peneliti melakukan pengamatan pada sarana prasarana, sumber daya manusia dan aktivitas.

c. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh beberapa data yang berkaitan langsung dengan pasar seni seperti profil pasar seni itu sendiri, mulai dari sejarah berdiri, proses pengadaan barang, sampai pola kerja sama yang dilakukan.

6. Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Prosedur yang ditempuh dalam analisis data adalah melalui reduksi data (*data reduction*), sajian data (*data display*), dan pengambilan kesimpulan (*conclusion drawing*). Reduksi data erat kaitannya dengan tujuan penelitian dengan cara menemukan lewat observasi ataupun wawancara yang diklasifikasikan sesuai dengan pengelompokan data. Selanjutnya dalam sajian data dilakukan dengan menggunakan narasi. Sedangkan pengambilan kesimpulan dilakukan setelah data terkumpul bersifat tentatif yang selalu diverifikasi selama penelitian berlangsung.

H. Sistematika Pembahasan

Tesis ini terdiri dari lima bab. Masing-masing bab memuat pokok bahasan sebagai berikut;

BAB I Pendahuluan. Dalam bab ini dikemukakan secara garis besar isi tesis meliputi; latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori. Dalam bab ini akan dikemukakan teori penentuan harga yang digagas oleh Ibn Taimiyah dan Ibn Khaldun serta teori etika bisnis yang diformulasikan oleh imam Al-Ghazali.

BAB III Temuan. Dalam bab ini dikemukakan profil pasar seni Sesela Gunungsari Lombok Barat, kegiatan seni, hasil seni, dan data yang terkait dengan keberadaan pasar seni. Temuan nantinya akan dianalisis dengan teori

Ibn Taimiyah dan Ibn Khaldun dari segi pendekatan hukum dan teori Al-Ghazali sebagai pendekatan etika.

BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan. Memuat paparan hasil penelitian dan pembahasan terkait dengan penentuan harga yang adil yang dianalisis dengan teori etika bisnis Islam Al-Ghazali.

BAB V Penutup. Memuat kesimpulan, saran, keterbatasan dan rekomendasi penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah peneliti paparkan pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab terakhir ini peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal, yaitu;

1. Mekanisme pasar seni Sesela mencerminkan bahwa proses penentuan harga dapat diberlakukan untuk komoditi tersier dengan tujuan untuk menjaga stabilitas ekonomi dan harmonisasi antara pedagang, konsumen dan para pengrajin. Secara teoritis penentuan harga di pasar seni Sesela tidak bisa diintervensi (*tas'ir jabbari*), namun karena komoditi seni sudah dikelola secara kelembagaan maka upaya penentuan harga pun menjadi tuntutan dan hanya diberlakukan secara kasuistis. Dengan demikian, pemberlakuan *tas'ir* pada dasarnya dibutuhkan baik terhadap komoditi primer, skunder maupun tersier dengan tujuan tercapainya keamslahatan bersama dan kesejahteraan yang direfleksikan dengan sikap keadilan, kejujuran, transparan dan ihsan atau profesionalisme. Dengan mekanisme yang baik maka harga yang adil bisa diwujudkan sehingga mendatangkan keamaslahatan bersama.
2. Proses penentuan harga yang terjadi di pasar seni Sesela secara yuridis-etis sudah banyak memasukkan unsur-unsur etika syar'i. Sikap para pedagang dalam menentukan harga saat terjadi *quantity order* menjadi cermin bahwa

kristalisasi nilai-nilai keadilan, kejujuran, transparan dan ihsan dalam melakukan aktivitas bisnis yang Islami. Harga yang terjadi pun secara umum terjadi karena kekuatan permintaan dan penawaran dan pada kasus tertentu diberlakukan ketentuan baku terhadap harga suatu komoditi yaitu pada saat *quantity order*. Dengan demikian, prinsip-prinsip etika bisnis Islam masih diterapkan dengan tetap menjaga dan memperhatikan hal-hal yang terkait dengannya mulai dari etika dalam transaksi, etika dalam produksi, etika dalam penjualan, dan internalisasi nilai-nilai keadilan dan ihsan pada saat muamalah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang dapat ditujukan kepada pihak-pihak terkait, yaitu;

1. Kepada Para Pelaku Bisnis

Diharapkan supaya para pelaku bisnis terutama yang bergelut di bisnis karya seni dan kerajinan untuk selalu mengedepankan kontrol etik daripada orientasi bisnis semata, karena kepercayaan konsumen lahir dari etika yang selalu dijaga oleh para para pedagang.

2. Pengurus Pasar Seni

Melihat fenomena yang terjadi, perlu adanya pengembangan dalam pengelolaan ke arah yang lebih baik dengan selalu menjalin relasi yang baik dengan para pengrajin, seninam, pedagang dan dengan para konsumen terlebih pada masalah mekanisme penentuan harga dengan tetap mengacu pada visi misi kemaslahatan dan kesejahteraan bersama.

C. Keterbatasan dan Rekomendasi

Secara jujur harus diakui, bahwa bagaimanapun hasil dari penelitian ini banyak memiliki keterbatasan dan merupakan studi awal terutama dilihat dari aspek limitasi waktu dan biaya. Mengeksplor makna yang ada di balik implementasi etika dalam dinamika pasar seni bukanlah hal yang mudah, karena harus memahami secara mendalam semua yang terkait dengan pasar seni, baik aspek legal standing komoditi yang dijual, aspek relasi pedagang, seniman dan pengrajin, serta aspek kepedulian lingkungan yang menjadi bahan baku barang-barang seni.

Dengan keterbatasan tersebut, kiranya ada penelitian lanjutan yang lebih fokus dan benar-benar mendalam tentang kajian secara utuh makna etik di pasar seni terlebih ketika didialogkan dengan aspek agama, budaya, politik dan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi, *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2010.
- Al-Arif, M. Nur Rianto dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi; suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi konvensional*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Al-Ghazali, Abu Hamid Muhammad bin Muhammad, *Ihya 'Ulum ad-Dīn*, Jilid. II., Bairut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyah, 2012.
- Al-Asfahani, Raghib, *al-Mufradat fi Gharib al-Qur'an* Kairo: Maktabah Auladihi, 1961.
- Al-Anshari, Zakariya, *Asnal Mathalib Syarah Raudhah Ath-Thalib*, Bairut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyah, 1995.
- Al-Qazwaini, Abi Abdillah Muhammad Ibn Yazid, *Sunan Ibnu Majah*, Bairut; Dar al-Jīl, 1998.
- Al-Syaukani, Muhammad bin Ali bin Muhammad, *Nail al-Authar min Ahādits Sayyid al-Akhbar*, Bairut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyah, 2004.
- Amalia, Euis, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Depok: Gramata Publishing, 2010.
- An-Nabhani, Taqiyuddin, *An-Nizām Al-Iqtisādi fil Islam*, Terj. Redaksi Al-Azhar Press, Bogor: Al-Azhar Press, 2010.
- At-Turmuzi, Abu Isa Muhammad bin Isa bin Saurah, *Al-Jāmi' al-Shahih wahua Sunan Al-Turmuzi*, Mesir: Mushtafa Albāni Alhalabī, tt.
- Aziz, Abdul, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: ALFABETA, 2013.
- Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 1998.
- Badroen, Faisal, dkk. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Baqi, Fuad Abdul, *Mu'jam Mufahras Lil Alfadzil Qur'an*, Bairut: Darul Marifah, 2002.

- Chamid, Nur, *Jejak Langkah dan Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Islam: Tataran Teoritis dan PRaksis*, Malang: UIN-Press, 2008.
- Faurani, Lukman, *Arah dan Strategi Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Magistra Insani Press, 2006.
- Hammad, Naziyah, *Mu'jam al-Mushtalahat al-Māliyah wa al-Iqtishadiyah fi Lughah al-Fiqhiyah*, Dimsyah: Dār al-Qalam, 2008.
- Ibn Khaldun, Abdurrahman Muhammad, *Muqaddimah Ibn Khaldun*, Terj. Masturi, dkk, Jakarta: Pustaka, Al-Kautsar, 2013.
- Ibn Taimiyah, Syaikh al-Islam Ahmad bin Abdul Halim, *al-Hisbah fi al-Islam*, Bairut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah, t.th.
- Islahi, Ahmad Azim, *Economic Concept of Ibn Taimiyah*, Leicester, The Islamic Foundation, 1988.
- K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Cet. Ke-X, Yogyakarta: Kanisius, 2009.
- Karim. Adiwarmanto A., *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada, 2007
- Keraf, A. Sonny, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Cet. Ke-XIV, Yogyakarta: Kanisius, 2010.
- Khalil, Zaki Fuad, *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga, 2011.
- Manan, Abdul, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995.
- Manzhur, Ibn, *Lisān al-‘Arab*, jilid, III., Dār al-Ma’arif, t.t.
- Maula, Sayyid Syubujī Abdul, *al-Fikr al-Iqtishadī ‘Inda Ibn Khaldun : al-As’ār wa an-Nuqud Dirāsah Tahliliyah*, Riyadh: al-Mamlakah al-‘Arabiyah al-Su’udiyah, 1989.
- Muhaimin, *Perbandingan Praktek Etika Bisnis Etnik Cina dan Pembisnis Lokal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010.

- Naqvi, Syed Nawab Haider, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besa Bahasa Indonesia*, Jakarta: (Pusat Bahasa, 2008).
- Qardhawi, Yusuf, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Terj. Didin Hafidhuddin, dkk., Jakarta: Rabbani Press, 1997.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014.
- Sābiq, Sayyid, *Fiqh as-Sunnah*, Kairo: Dār al-Fath lil ‘Alam al-‘Arabi, 1990.
- Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam; Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Sumadjo, Jakob, *Filsafat Seni*. Bandung; ITB, 2000.
- Suprayitno, Eko, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Utomo, Setiawan Budi, *Fiqh Aktual: Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Ward, Richard A., *The Economic and Financial System*, Pennsylvania: International Textbook Company, 1970.
- Ya’cub, Hamzah, *Kode Etik Dagang Menurut Islam; Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi*, Bandung: CV. Diponegoro, 1984.
- Yosephus, L. Sinuor, *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010.
- Zainal, Veithzal Rivai, dkk., *Islamic Business and Economic Ethics*, Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
-
- _____ *Islamic Business Management; Praktik Manajemen Bisnis yang Sesuai Syari’ah Islam*, Yogyakarta: BPF, 2014.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Muzakkir S.
Tempat/tgl. Lahir : Sesela, 24 Juni 1987
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat Rumah : Dusun Kebun Indah RT. 05 Desa Sesela Kecamatan
Gunungsari Lombok Barat NTB
No. HP. : 081907721278
Email : zakiemm@yahoo.co.id

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI lulus tahun : 2000
2. SMP/Mts lulus tahun : 2003
3. SMA/MA lulus tahun : 2007
4. Ma'had Aliy lulus tahun : 2009
5. S1 IAIN Mataram lulus tahun : 2013
6. S2 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta lulus tahun : 2016

C. Riwayat Pekerjaan

1. Guru Pondok Khusus Ponpes Al-Halimy sejak 2007 sampai sekarang
2. Guru tetap Yayasan Ponpes Al-Halimy sejak 2008 sampai sekarang
3. Sekretaris Peternak dan budidaya ikan lele "Patoh Angen" 2013 s/d sekarang.

D. Pengalaman Organisasi

1. Ketua Himas (Himpunan Mahasiswa Desa Sesela) 2009 s/d 2012
2. Wakil ketua Pondok Khusus Ponpes Al-Halimy tahun 2008 s/d 2013
3. Ketua PHBI Masjid Al-Halimy 2009 s/d 2013
4. Sekretaris Bazis Masjid Al-Halimy 2009 s/d 2013
5. Sekretaris LPEM (Lembaga Pengembangan Ekonomi Masjid) Al-Halimy 2009/2013
6. Sekretaris Palahy (Persatuan alumni al-Halimy) 2009 s/d 2014

E. Karya Ilmiah

Buku

1. *Membedah Kelambu Lima Pilar Islam*. karya Drs. TGH. Munajib Kholid., Yogyakarta, Editie Pustaka, 2015., **Editor**
2. *Al-Ta'rifat fi 'Ilm Al-Nahwi al-Mumatssil bi al-Ayat al-Syarifat*, karya Drs. TGH. Munajib Kholid., Yogyakarta, Editie Pustaka, 2015., **Editor**
3. *Silsilah al-Lujaini fi 'Ilm al-'Arud wa al-Qawafi*, karya Drs. TGH. Munajib Kholid., Yogyakarta, Editie Pustaka, 2016., **Editor**.
4. *Al-Irsyad al-Maurud Litashili 'Ilmi al-'Arud wa al-Qawafi*, karya Drs. TGH. Munajib Kholid., Yogyakarta, Editie Pustaka, 2016., **Editor**.
5. SASAK. *Siapa, bagaimana dan mau ke mana..*. Yogyakarta, Editie Pustaka, 2015., **Editor**
6. Relevansi Konsep An Taradin Dalam Mewarnai Transaksi Jual Beli Pada Bisnis Online. *Skripsi* IAIN Mataram Fakultas Syari'ah Jurusan Ekonomi Islam, 2013
7. Konsep *Al-Tas 'Ir Al-'Adl* Di Pasar Seni Sesela Gunungsari Lombok Barat Perspektif Etika Bisnis Islam. *Tesis* Pps UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016

Jurnal :

1. Harta dan Pengembangan Bisnis Syari'ah: Tinjauan Bisnis Syari'ah, *dalam jurnah Iqtishaduna*, Vol. 5. No. 2, Desember 2014. 72-83

Artikel;

1. Menyoroti Perubahan Sosial Generasi Sasak Masa Kini., *dalam "SASAK, Siapa, Bagaimana dan Mau Kemana?"* oleh. Muzakkir S., dan Salimuddin Ishak.
2. Politik dan Politikus Karbitan: Serio' Perpolitikan Masyarakat Sasaka., *dalam "SASAK, Siapa, Bagaimana dan Mau Kemana?"* oleh. Muzakkir S., dan Salimuddin Ishak.
3. Seribu Masjid, Eksistensi tanpa Esensi., *dalam "SASAK, Siapa, Bagaimana dan Mau Kemana?"* oleh. Muzakkir S., dan Salimuddin Ishak.
4. Komersialisasi Mahar dalam Masyarakat Sasak., *dalam "SASAK, Siapa, Bagaimana dan Mau Kemana?"* oleh. Muzakkir S., dan Salimuddin Ishak.