

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masyarakat nelayan merupakan salah satu bagian masyarakat Indonesia yang hidup dengan mengelola potensi sumber daya perikanan. Sebagai suatu masyarakat yang tinggal di kawasan pesisir, masyarakat nelayan mempunyai karakteristik sosial tersendiri yang berbeda dengan masyarakat yang tinggal di wilayah daratan. Beberapa kawasan pesisir yang relatif berkembang pesat, struktur masyarakatnya bersifat heterogen, memiliki etos kerja yang tinggi, solidaritas sosial yang kuat, terbuka terhadap perubahan dan memiliki karakteristik interaksi sosial yang mendalam. Nelayan yang biasa hidup dengan kekerasan hampasan ombak dan tiupan angin di lautan memegang peranan strategis terutama dalam upaya melestarikan dan memberdayakan sumber daya laut.¹

Jual beli berfungsi sebagai salah satu alat untuk menjalankan roda perekonomian. Aktivitas seorang muslim sehari-hari tidak bisa lepas dari permasalahan aturan Islam, baik ketika melakukan ibadah kepada Allah Swt maupun kegiatan sosial di tengah-tengah masyarakat. Namun, apabila jual-beli tersebut tidak sesuai dengan prinsip syariah maka bisa jadi tidak mendapatkan manfaat akan tetapi mendatangkan kerusakan. Dari penjelasan mengenai kebutuhan hidup manusia, Yazid Anwar menjelaskan bahwa: “Manusia dijadikan Allah Swt sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan antara satu dengan

¹Sabian Utsman. *Anatomi Konflik & Solidaritas Masyarakat Nelayan*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017) h. xiv

yang lain. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia harus berusaha mencari karunia Allah yang ada dimuka bumi ini sebagai sumber ekonomi seperti jual beli.”²

Pasar merupakan sebuah institusi penting dalam suatu perekonomian dan menjadi penggerak dinamika perekonomian tersebut. Keberadaan pasar menjadi sangat strategis untuk dikembangkan karena dengan kapasitasnya yang besar untuk menyerap pedagang. Pasar dapat mewadahi lalu lintas uang yang terus bergerak dinamis dari hari ke hari. Banyaknya pasar perdagangan dalam suatu wilayah menunjukkan bahwa peran pasar sangat vital bagi kegiatan perekonomian wilayah tersebut. Pasar tradisional memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh pusat perbelanjaan modern yaitu adanya sistem tawar-menawar yang menunjukkan keakraban antar penjual dan pembeli. Di pasar tradisional terdapat suatu komunikasi yang tidak akan ditemui dipusat perbelanjaan modern. Sistem tawar-menawar dalam transaksi jual beli dipasar tradisional membuat suatu hubungan tersendiri antar penjual dan pembeli. Berbeda dengan pusat perbelanjaan modern, dimana harga barang sudah ditetapkan dan tidak ada komunikasi antara penjual dan pembeli.³ Dalam Al-Quran Surat An-Nisa ayat 29 disebutkan sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

²Yazid Anwar, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Logung Pustaka, 2009), h. 67.

³Galih Suryananto, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Konveksi (Study Kasus di Pasar Godean, Sleman, Yogyakarta)*, Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi UII tahun 2015.

Terjemahnya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. (QS. An-nisa: 29)⁴

Kegiatan penjualan merupakan suatu bagian dari pemasaran yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran suatu produk dari produsen ke konsumen yang mencari keuntungan atau laba. Pendapat ini memiliki nilai satuan uang.⁵ Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang paling penting dari suatu perusahaan. Penjualan adalah mendapatkan seseorang untuk membeli salah satu produk apakah dengan promosi atau secara langsung.⁶ Menurut Winardi dalam bukunya “Pengantar Manajemen Penjualan” menjelaskan bahwa penjualan merupakan proses dimana sang penjual memastikan, mengaktifkan dan memuaskan kebutuhan serta keinginan sang pembeli agar dicapai manfaat bagi sang penjual dan menguntungkan kedua belah pihak.

Keberhasilan sebuah usaha sangat ditentukan oleh ketepatan strategi yang digunakan, seperti kualitas pelayanan yang baik dan penetapan harga yang tepat. Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan diterima tidaknya suatu produk oleh konsumen.⁷ Harga yang ditetapkan juga harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut, sedangkan bagi konsumen harga merupakan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan membeli, sehingga sebuah perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menetapkan harga. Mekanisme

⁴Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Duta Ilmu Surabaya, 2015), h. 95.

⁵Bilson Simamora, *Menangkan Pasar dengan Pasar Efektif dan Profitabel*, (Cet; 2, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 174.

⁶Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2015), h. 136.

⁷Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 221.

penetapan harga yang tepat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli sehingga tidak ada pihak yang terzalimi. Pendapat ini seperti yang diungkapkan Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: “Penentuan harga mempunyai dua bentuk; ada yang boleh dan ada yang haram. Penentuan harga oleh pemerintah (tas’ir) ada yang zalim, itulah yang diharamkan dan ada yang adil, itulah yang dibolehkan”.⁸

Berdasarkan observasi awal kisaran harga jual ikan yang ditentukan oleh penjual kepada pembeli tidak memiliki acuan yang ditetapkan oleh pemerintah daerah. Sebagaimana diungkapkan oleh salah seorang informan (penjual/*papalele*) yang menuturkan bahwa “harga ikan yang siap di jual kepada pelanggan atau masyarakat yang membeli ikan (1 loyang/*parteng* ukuran besar) tersebut dengan variasi harga yang berbeda-beda tergantung jadi ukuran besar maupun kecil ikan. Harga yang diberikan pun tergantung dari cuaca taupun kondisi gelombang laut atau bulan terang maka ikan akan menjadi mahal harganya bisa mencapai harga Rp.600.000 ke atas atau disesuaikan”.⁹

Melimpahnya ikan di perairan kecamatan Leihitu karena yang berhadapan langsung dengan laut. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi ikan di wilayah perairan Hitu Kabupaten Maluku Tengah yang dikonsumsi dengan jumlah penduduknya, hasil yang diperoleh menunjukkan angka yang cukup tinggi. Hasil tersebut di atas rata-rata konsumsi perkapita penduduk Desa Hitumesing. Oleh karena Desa Hitu merupakan desa pesisir yang mempunyai

⁸HM. Bi HM. Birusman Nuryadin, Harga dalam Perspektif Islam” dalam *Mazahib*, (Samarinda: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Samarinda), Vol IV, No. 1 Juni 2007, h. 93.

⁹Wawancara dengan Ibu Marlia Penjual Ikan (momar) di pasar Huseka’a Hitu Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah tanggal 10 September 2024.

kemudahan akses sumber daya ikan. Hal itu disebabkan oleh perilaku nelayan Desa Hitu yang cenderung berorientasi pasar atau ekonomi dan bukan mengonsumsi ikan itu sendiri.¹⁰

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan di desa Hitu Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah, diketahui bahwa jumlah penduduk Negeri Hitumessing secara keseluruhan pada tahun 2023 sebanyak 9.738 jiwa, jumlah kepala keluarga 3.510 KK dengan jumlah penduduk jiwa yang terdiri dari 5.495 laki-laki dan 4.243 perempuan. Agar lebih jelasnya jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1. Penduduk Menurut Mata Pencaharian, 2024.

No	Mata pencaharian	Jumlah
1	Petani	550
2	Petani Buru	581
3	Nelayan	1970
4	Pengusaha	-
5	Buru industri	120
7	Pedagang	320
8	Pengemudi angkutan umum	107
9	PNS-TNI-POLRI	375
10	Pensiunan	-
11	Lain-lain	-

Sumber: Kantor Desa Hitu, 2024.

Berdasarkan data pada tabel mata pencaharian tersebut di atas, maka diketahui bahwa mata pencaharian masyarakat desa Hitu cukup beragam mulai dari petani, buru industri, pedagang, pengemudi angkot dan PNS-TNI/Polri pun ada, namun dari keseluruhan mata pencaharian tersebut diketahui bahwa mata pencaharian sebagai nelayan adalah yang terbanyak dari semua jenis mata pencaharian yang di desa Hitu dengan jumlah sekitar 1970 orang laki-laki yang

¹⁰Ratna Indrawasih, Pola Konsumsi Ikan Oleh Masyarakat Di Desa Hitumessing, Kabupaten Maluku Tengah. Jurnal Masyarakat & Budaya, Volume 18 No. 3 Tahun 2019, h. 339.

berprofesi sebagai nelayan, dimana hasil tangkapan yang diperoleh di jual ke pasar baik di pasar Hitu (Huseka'a) maupun di luar pasar Hitu seperti langsung hasil tangkapan nelayan di jual daerah lainnya seperti di pasar Rumahtiga, pasar transit Passo ataupun ke pasar Ikan Arumbai kota Ambon.¹¹

Dari observasi tersebut, maka diketahui bahwa yang diterapkan oleh para penjual ikan memberikan kebebasan kepada konsumen yang datang untuk menentukan jenis dan jumlah serta ukuran ikan yang diinginkan sesuai dengan selera masing-masing para pembeli ikan. Sehingga konsumen dapat membeli ikan sesuai jenis ikan yang mau dibeli dengan porsi yang diinginkan pembeli kemudian diadakan transaksi sesuai besaran harga yang disampaikan dari pihak penjual kepada pembeli. Dengan demikian, maka hal tersebut mencakup bentuk bisnis ataupun mekanisme dari suatu bisnis yang sedang dijalankan sehingga kegiatan bisnis yang terjadi di pasar Huseka'a Hitu Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah perlu diteliti untuk melihat sudah sesuai atau belum dari tinjauan perekonomian atau keuangan sesuai syariah. Termasuk mekanisme yang digunakan dalam menetapkan harga jual, karena dalam Islam penetapan harga yang dianjurkan adalah harga yang adil.

Perihal uraian pada latar belakang uraian latar belakang di atas telah mendorong penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Penetapan Harga Jual Hasil Tangkapan Nelayan Di Pasar Huseka'a Hitu Kabupaten Maluku Tengah Persepektif Keuangan Syariah”**

¹¹Observasi penjualan ikan di pasar Huseka'a Hitu Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah tanggal 10 September 2024.

B. Batasan dan Batasan Masalah

1. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi pembahasan yang meluas dan keluar dari koridor judul dalam penelitian ini, maka peneliti memfokuskan kepada penetapan harga penjualan ikan momar, kawalnya dan ikan komu dari hasil tangkapan nelayan jaring bobon di desa Hitu Kecamatan Leihitu Kabupaten Maluku Tengah.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana strategi penetapan harga jual hasil tangkapan nelayan di pasar Huseka'a Hitu Kabupaten Maluku Tengah?
2. Bagaimana tinjauan keuangan syariah terhadap penetapan harga jual hasil tangkapan nelayan di pasar Huseka'a Hitu Kabupaten Maluku Tengah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi penetapan harga jual hasil tangkapan nelayan di pasar Huseka'a Hitu Kabupaten Maluku Tengah.
2. Untuk mengetahui tinjauan keuangan syariah terhadap penetapan harga jual hasil tangkapan nelayan di pasar Huseka'a Hitu Kabupaten Maluku Tengah.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

- a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi instansi terkait dalam berperilaku sesuai dengan etika bisnis dalam ekonomi Islam.

- b) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang positif bagi pelaku usaha jaring bobo secara umum di desa Hitu dalam pengembangan usahanya secara umum dan khususnya para penjual ikan (*papalela/jibujibu*) dalam penjualan ikan di pasar Huseka'a Hitu Kabupaten Maluku Tengah.

2. Secara Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca dan peneliti khususnya mengenai perilaku penjualan perspektif keuangan syariah dalam kegiatan ekonomi Islam.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan pada umumnya dan ekonomi Islam pada khususnya terkait dengan sistem penjualan dalam Islam secara umum.

E. Pengertian Judul

Agar tidak terjadi penafsiran yang keliru, maka berikut akan peneliti uraian beberapa pengertian judul dan definisi operasional sebagai berikut:

1. Penetapan harga adalah strategi yang digunakan untuk menentukan harga yang tepat untuk produk atau layanannya. Penetapan harga bertujuan untuk menambah nilai atau besarnya biaya produksi dan memastikan konsumen mampu membayar produk dengan harga yang ditetapkan.
2. Harga penjualan merupakan salah satu kegiatan yang paling penting dari suatu perusahaan.¹² Penjualan adalah mendapatkan seseorang untuk membeli salah satu produk apakah dengan promosi atau secara langsung.

¹²Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2015), h. 136.

3. Jual Beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan, atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan.¹³ Penjualan merupakan proses menjual atau memperdagangkan sesuatu untuk memperoleh uang pembayaran atau menerima uang dari apa yang dijual.¹⁴
4. Ikan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah ikan hasil tangkapan nelayan jaring bobo seperti ikan komu, momar dan kawalnya yang umumnya ditangkap oleh nelayan di perairan laut Hitu dan sekitarnya.
5. Nelayan tradisional adalah nelayan dengan kategori sedang yaitu nelayan yang kebutuhan hidupnya dapat terpenuhi dengan pendapatan pokoknya dari bekerja sebagai nelayan, dan memiliki perahu tanpa mempekarjakan tenaga dari luar keluarga.
6. Keuangan syariah adalah perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian kegiatan keuangan seperti pengadaan dan pemanfaatan dana dari keluarga yang menerapkan prinsip-prinsip manajemen umum untuk sumber daya keuangan.¹⁵ Pengelolaan keuangan sangat penting dalam setiap rumah tangga, karena dengan pengelolaan keuangan yang baik dapat memperlancar aktivitas rumah tangga.

¹³Haryati. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Emas antara Supplier dan Distributor dengan sistem Bon (Studi Kasus Toko), h. 53

¹⁴W.J.S Poerdarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2012), h. 68.

¹⁵Safir Senduk, *Mengelola Keuangan Keluarga*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), h. 33.