



A. Gambaran Umum tentang Pedagang Kaki Lima Suramadu

1. Lokasi Penelitian

Jembatan Suramadu Dengan panjang 5.438 m, jembatan ini merupakan jembatan terpanjang di Indonesia saat ini. Jembatan ini diresmikan awal pembangunannya oleh Presiden Megawati Soekarno putri pada 20 Agustus 2003 dan diresmikan pembukaannya oleh Presiden Susilo Bambang

Yudhoyono pada 10 Juni 2009. Pembangunan jembatan ini ditujukan untuk mempercepat pembangunan di Pulau Madura, meliputi bidang infrastruktur dan ekonomi di Madura, yang relatif tertinggal dibandingkan kawasan lain di Jawa Timur⁷⁹.

Responden dalam penelitian ini adalah para pedagang kaki lima yang berdagang di sekitar kawasan suramadu khususnya yang berada di Desa Morkepek Kecamatan Labang Kabupaten Bangkalan yang berada disisi Madura. Alasan peneliti memilih Desa Morkepek adalah karena desa tersebut merupakan desa yang paling aman dari Desa yang lain. Dari alasan keamanan inilah makanya penulis memilih Desa tersebut sebagai tempat penelitian.

Pendirian lapak pedagang kaki lima Suramadu tidak dipungut pajak dan tidak ada penanggung jawab khusus yang bertugas mengontrol para pedagang. Seluruh pedagang diberikan kebebasan penuh baik dari segi bentuk bangunannya (asal tidak permanen/beton/tembok) maupun dalam penetapan harganya. jumlah pedagang kaki lima yang membuka lapak di Desa Morkepek ini berjumlah dua puluh (20) lapak dengan kategori perdagangan produk yang homogen. Sekitar 17 lapak menjajakan produk dagangan yang sama seperti batik, sarung, kaos, daster, jamu, cemilan dan souvenir khas pulau Madura dan 3 lapak lainnya berbentuk warung rujak. Hampir seluruh pedagang kaki lima disepanjang jembatan Suramadu menjajakan produk yang sama.

⁷⁹ <http://wisatasuramadu.blogspot.com/> diakses selasa tanggal 21-04-2015.

2. Hasil Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui ketimpangan antara teori dan praktek dilapangan terkait penetapan harga produk dikalangan pedagang kaki lima Suramadu. Responden dalam penelitian ini berjumlah 14 orang yang diambil secara acak dari jumlah keseluruhan 20 lapak. dengan menggunakan instrument pertanyaan antara lain sebagai berikut:

1. Barang apa sajakah yang dijual dengan harga berbeda?
2. Kepada siapa sajakah barang tersebut dijual dengan harga yang berbeda?
3. Mengapa menjual barang tersebut dengan harga berbeda pada tiap pembelinya?
4. Kapan menjual barang tersebut dengan harga yang berbeda?
5. Bagaimanakah metode dalam menetapkan harga yang berbeda pada tiap pembelinya?

Responden tersebut antara lain:

1. Saifuddin⁸⁰ pedagang pernik-pernik dan aksesoris, pertanyaan yang penulis ajukan berkenaan dengan model penetapan harga yang ia pakai. Ia mengatakan”*yeh, mon taretan dhibi’ engko’ ajuel argeh aslinah. Tapeh mon ka oreng wisata epalek due’ otabeh lebbi*” artinya, “ya kalo sesama saudara sendiri saya menjual dengan harga aslinya. Namun, jika wisatawan saya jualnya dengan harga dua kali lipat atau lebih.”

⁸⁰ Saifuddin, *Wawancara*, (Bangkalan, 02 juni 2015).

2. Ismawati⁸¹ seorang pedagang rujak cingur menuturkan *“mon edinna’ reah mas lah biasa amaen argeh, berik eberung dissah pas epalek due’ argenah, polanah semelleh oreng Malaysia. Biasanah argenah pettong polo lemak pas ejuel satos sekhet. Kan mon oreng ngan roah tak kerah taoh argeh mas”* artinya, “kalau disini itu udah biasa mas permainan harga, seperti kemaren di warung sebelah harganya dinaikkan dua kali lipat karena yang membeli itu adalah orang Malaysia. Yang biasanya harga barang tersebut Rp. 75.000 kemudian dijual Rp. 150.000. kan orang-orang seperti itu tidak mungkin tau harga pasarannya.
3. Agus⁸² seorang pedagang pernak-pernik dan aksesoris menuturkan *“majuh bellih tang geng-degengan reh, mon ka kakeh eberriknah mode. Tapeh monk a selaen epalarang bik sengkok.”* Artinya, “ayo beli dagangan saya ini, kalau ke kamu tak kasih murah. Tapi ke yang lain dimahalkan.” Dalam pernyataan diatas secara tidak langsung sudah menunjukkan penetapan harga yang tidak sejalan dengan teori penetapan harga.
4. Ibu Tus⁸³ seorang pedagang batik dan souvenir serta pernak-pernik, yang mana sebelumnya menetapkan harga yang cukup mahal ketika penulis memakai bahasa Indonesia. Namun, kemudian menurunkan harga ketika penulis menawar dengan menggunakan bahasa daerah.

⁸¹ Ismawati, *Wawancara*, (Bangkalan, 02 juni 2015).

⁸² Agus, *Wawancara*, (Bangkalan, 02 juni 2015).

⁸³ Ibu tus, *Wawancara*, (Bangkalan, 02 juni 2015).

5. Ibu Museh, Beliau mengatakan “*mon kakeh kan oreng madureh deddih engko’ ajuel lebih mude katembeng selaen.*”⁸⁴ artinya: “karena kamu orang Madura jadi saya jualnya lebih murah daripada orang luar Madura”. Ia juga melihat dari siapa pembeli yang datang, apabila pembeli yang datang menggunakan bis atau mobil pribadi maka harganyapun akan menjadi berbeda.
6. Ibu Khadijah⁸⁵, seorang pedagang batik dan soevenir juga mengatakan “*marah ya’ lek kala’ sket ebuhlah mon ka hedeh. Keng ma’le pajuh tang degengan reh. Mon ka selaen ejual satos so engko’.*” artinya, “ayo dik ambil seharga lima puluh ribu aja barang ini kalo ke kamu, agar supaya laku barang dagangan saya. Tapi, kalo ke yang lain (wisatawan) dijual seharga seratus ribu sama saya”
7. Mbak Ti⁸⁶, pedagang batik dan souvenir juga mengatakan “*melleah apah cong? Marah ebegi modelah mon ka hedeh.*” Artinya, mau belanja apa dik? Ini tak kasih murah kalau ke kamu.
8. Mbak Nayla⁸⁷, pedagang batik dan souvenir, dari pertanyaan yang diajukan bahwa ia menjual semua barang dengan harga yang berbeda pada orang yang berbeda terutama jika pembeli berasal dari Madura. Alasan ia menetapkan harga demikian adalah karena merasa iba dan kasian. Ibu Nayla ini akan menetapkan harga yang berbeda apabila si konsumen mulai

⁸⁴ Museh, *Wawancara*, (Bangkalan, 02 juni 2015).

⁸⁵ Ibu khadijah, *Wawancara*, (Bangkalan, 02 juni 2015).

⁸⁶ Mbak Ti, *Wawancara*, (Bangkalan, 02 juni 2015).

⁸⁷ Mbak Nayla, *Wawancara*, (Bangkalan, 30 Juli 2015).

berbicara dengan logat atau bahasa Daerah masing-masing. Nah, dari segi bahasa inilah ia akan mulai menentukan harga produk dagangannya.

9. Ibu Khodijah⁸⁸, pedagang batik dan souvenir. Ia akan menetapkan harga yang berbeda pada orang Madura dengan alasan karena mereka mengetahui harga pasar karena produk yang dijual berasal dari Pulau Madura.
10. Mas viki⁸⁹, pedagang batik dan souvenir. Dalam menetapkan harga ia melihat pada daerah asal pembeli. Apabila pembeli yang datang berasal dari luar negeri, maka ia pun menyesuaikan dengan nilai mata uang Negara mereka, dalam artian bila harga yang dipatok sekiranya terlalu murah untuk mereka, maka ia tidak segan melipat gandakan harga menjadi tiga kali lipat. Dikarenakan dari pengalaman yang ada apabila mas Viki menetapkan harga biasa atau harga normal para wisatawan asing cenderung menganggap barang yang dijual adalah murahan dan tidak berkualitas.
11. Ibu Ratna⁹⁰, pedagang batik dan souvenir. Penjelasan Ibu Ratna sama seperti Ibu Khodijah² yang beralasan Ia akan menetapkan harga yang berbeda pada orang Madura dengan alasan karena mereka mengetahui harga pasar karena produk yang dijual berasal dari Pulau Madura.

⁸⁸ Mbak Khodijah², *Wawancara*, (Bangkalan, 30 Juli 2015).

⁸⁹ Mas Viki, *Wawancara*, (Bangkalan, 30 Juli 2015).

⁹⁰ Ibu Ratna, *Wawancara*, (Bangkalan, 30 Juli 2015).

12. Mbak Fatma⁹¹, pedagang batik dan souvenir. ia menetapkan harga pas atau mengambil keuntungan sedikit, agar konsumen tidak perlu lagi menawar, alasannya dengan menetapkan harga yang pas atau mengambil keuntungan sedikit ia berharap bahwa pembeli akan banyak, dan itu menurutnya terbukti berhasil.

13. Ibu Imna.⁹², pedagang batik dan souvenir. Menurutnya selain factor daerah yang menjadi penentu dalam penetapan harga, waktu atau periode penjualan juga menentukannya. Maksudnya di sini adalah bila pada masa-masa liburan, apalagi pengunjung sepi, maka ia akan melipat gandakan harga barang dagangannya dengan alasan harga bahan naik saat itu, padahal barang-barang yang ada kebanyakan telah ada jauh sebelum memasuki hari libur.

Dari hasil wawancara di atas terdapat beberapa Tipologi penetapan harga pedagang kaki lima suramadu:

1. Melihat pada asal usul daerah, apabila si pembeli berasal dari luar Madura maka harga yang diberikan lebih mahal dari pada pembeli asal Madura.
2. Melihat keadan ekonomi pembeli, ketika pembeli yang datang berkendaraan pribadi maka harga yang diberikan berbeda lebih mahal dari pembeli yang menuju Suramadu dengan kendaraan umum.

⁹¹ Mbak Fatma, *Wawancara*, (Bangkalan, 30 Juli 2015).

⁹² Ibu Imna, *Wawancara*, (Bangkalan, 30 Juli 2015).

3. Melihat pada waktu atau periode penjualan, bila memasuki hari-hari libur nasional, maka harga penjualan akan naik dari pada biasanya, walaupun barang yang dijual masuk pada keuangan bulan-bulan sebelumnya.
4. Melihat dari bahasa pembeli, walaupun si pembeli bukan dari dari Madura asli, namun bisa berbahasa Madura, maka harga yang diberikan menjadi murah.
5. Melihat dari kepolosan pembeli, walaupun misalnya pembeli berasal dari Madura namun terlihat tidak tahu menahu mengenai harga pasar, dan sekiranya ia tidak akan menawar, maka langsung memberikan harga yang berlipat.

Jadi, kesimpulannya para pedagang kaki lima Suramdu menetapkan harga jual bukan berdasar pada tingkat penawaran dan permintaan. Akan tetapi, berdasar siapa konsumen tersebut dan latar belakang konsumen.

B. Tipologi Penetapan Harga Produk Pedagang Kaki Lima Kawasan Suramadu Perspektif Teori Laba Ibnu Taimiyah

Dalam Penetapan harga tentunya dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Dalam hal permintaan dan penawaran ini terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keduanya. Adapun faktor-faktor tersebut yang mempengaruhi permintaan antara lain⁹³:

⁹³ Nasution, *Pengenalan Eklusif: Ekonomi Islam*, hlm. 89-93.

1.) Pendapatan

Memang dalam tingkat pendapatan seseorang sangat mempengaruhi tingkat permintaan akan suatu barang. Baik itu bahan pokok maupun bahan tersier lainnya. Walaupun harga barang tersebut normal (tidak naik maupun turun).

2.) harga barang lain yang terkait

tingkat permintaan juga akan meningkat bila mana kebutuhan akan suatu barang meningkat dan terdapat barang sejenis namun dengan kuantitas berbeda yang tingkat permintaannya tetap. Misalnya: permintaan susu murni akan meningkat jika harga susu bubuk naik. Jadi, seseorang akan mencari barang sejenis yang lebih murah bila barang yang diharapkan harganya naik.

3.) Selera

Dalam hal ini selera sangat mempengaruhi tingkat permintaan akan suatu barang. Jika terdapat suatu barang yang menggugah selera masyarakat terutama bahan makanan pokok. Pastilah permintaan barang tersebut akan meningkat.

4.) jumlah penduduk

semakin tinggi jumlah penduduk disuatu daerah, pastilah tingkat permintaan suatu barang akan meningkat.

Selanjutnya faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penawaran adalah:

1.) biaya dan teknologi

faktor biaya tentunya sangat mempengaruhi akan tingkat penawaran. Karena laba yang akan diperoleh oleh produsen juga akan menghitung berapa biaya yang dikeluarkan untuk pengadaan barang tersebut. Biaya- biaya tersebut berupa biaya karyawan, bahan mentah, transportasi dan listrik. Sedangkan teknologi bisa berupa komputerisasi, mesin-mesin dan robotik.

2.) jumlah penjual

dalam hal peningkatan penawaran suatu barang, jumlah penjual juga mempengaruhi tingkat penawaran. Semakin banyak penjual yang menjual pada tingkat harga tertentu, maka semakin tinggi tingkat penawaran.

3.) Dugaan tentang masa depan

apabila pedagang menduga bahwa barang akan naik dimasa depan, maka mereka akan mengurangi penawaran yang akhirnya akan membuat harga barang di pasaran melonjak.

4.) kondisi alam

kondisi alam juga mempengaruhi tingkat penawaran terutama barang-barang hasil bumi. Karena akan mengakibatkan barang tersebut berkurang bahkan langka dan kemudian meningkatkan penawaran.

Sedangkan menurut Ibnu Taimiyah, dua faktor penyebab pergeseran kurva permintaan dan penawaran, yaitu tekanan pasar yang otomatis dan perbuatan melanggar hukum dari penjual, misalnya penimbunan. Adapun factor lain yang mempengaruhi penawaran dan permintaan adalah intensitas dan besarnya permintaan, kelangkaan atau melimpahnya barang, kondisi kepercayaan dan diskonto dari pembayaran tunai. Lebih jauh Ibnu Taimiyah juga menjelaskan bahwa pengaruh perubahan permintaan dan penawaran terhadap harga pasar, beliau tampaknya tidak mengidentifikasi efek yang lebih tinggi atau lebih rendah harga pada kuantitas yang diminta atau yang ditawarkan. Akan tetapi di dalam kitab al-hisbahnya, beliau menunjukkan kebijakan pemerintah akan mempengaruhi terjadinya permintaan dan penawaran, bahwa “ *in that administrative setting of too low a price that the leaves no profit result in a corruption of prices, hiding of goods (by seller) and destruction of people wealth.*”⁹⁴

Dalam tekanan pasar otomatis bisa terjadi dua hal: pertama, kelangkaan barang. Ketika terjadi kelangkaan barang maka, harga barang akan naik secara otomatis. Kedua, penurunan selera. Dimana selera konsumen terhadap barang menurun sedangkan barang melimpah. Akibatnya, ketika ada seorang konsumen membeli barang dagangan tersebut, para pedagang akan menaikkan harga dua kali lipat lebih tinggi untuk menutupi biaya pengembalian modal.

⁹⁴ Ibn Taimiyah, *Al-Hisbah Fi'l Islam*, (Cairo: Dar Al-Sha'b, 1976), h. 24; Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, h. 358.

Selanjutnya terkait dengan faktor yang kedua, perbuatan melanggar hukum dari penjual atau pedagang yang berupa diskriminasi harga. Yang mana Diskriminasi harga diatur dalam Pasal 6 UU No. 5/1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, yang berbunyi:

“Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama”.

Dalam praktik jual beli pedagang kaki lima Suramadu mereka cenderung mendiskriminasikan konsumen yang notabene wisatawan baik luar daerah maupun asing. Menurut penuturan beberapa responden yang berhasil penulis wawancarai, salah satunya yaitu ibu Museh wanita paruh baya berasal dari pulau Mandangin yang kesepuluh anaknya juga buka lapak di Suramadu. Beliau mengatakan *“mon kakeh kan oreng madureh deddih engko’ ajuel lebih mude katembeng selaen.”*⁹⁵ artinya: “karena kamu orang Madura jadi saya jualnya lebih murah daripada orang luar Madura”. Dalam transaksi diatas hal tersebut sudah menunjukkan adanya bentuk diskriminasi terhadap konsumen.

Menurut Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga yang adil harus melihat dua hal: pertama, kompensasi setara. Kedua, harga setara. Harga setara adalah harga yang adil yang dipengaruhi oleh tingkat penawaran dan permintaan serta

⁹⁵ Museh, *Wawancara*, (Bangkalan, 02 juni 2015).

selera masyarakat. Lebih jauh beliau menjelaskan bahwa harga yang setara dibentuk oleh kekuatan pasar yang berjalan secara bebas⁹⁶.

Namun, kebebasan yang dimaksud disini haruslah memiliki batasan yang menimbulkan keadilan pada tiap individu atau konsumen. Dengan kata lain, penjual tidak boleh menetapkan dua harga pada satu barang dengan melihat latar belakang konsumen.

Sistem penetapan harga yang diterapkan oleh para pedagang kaki lima Suramadu tidak memiliki patokan khusus dalam transaksinya. Mereka kerap kali menaikkan dan menurunkan harga barang sesuai keinginan mereka tanpa melihat harga standar pasar akan barang tersebut. Maka dari itu, sistem penetapan harga para pedagang kaki lima Suramadu berdasar selera pedagang dan latar belakang konsumen yang mana hal ini tidak sejalan dengan teori yang dimaksud Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga yang adil.

Selanjutnya Ibnu Taimiyah mendefinisikan laba yang adil sebagai laba normal yang secara umum diperoleh dari jenis perdagangan tertentu tanpa merugikan orang lain. Beliau menentang tingkat keuntungan yang tidak lazim, bersifat eksploitatif dengan memanfaatkan ketidakpedulian masyarakat terhadap kondisi pasar yang ada.⁹⁷

Dari hasil wawancara dan pengamatan dilapangan ditemukan bahwa pengambilan laba dari produk dagangan bersifat eksploitatif dengan

⁹⁶ Ibnu Taimiyah, *Majmu' Fatawa Syaikh Al-Islam*, (Vol. 29, Riyadh, Matabi' al-Riyadh, 1963), h. 521-522.; Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, h. 356-357.

⁹⁷ Ibnu Taimiyah, *Majmu' Fatawa Syaikh Al-Islam*, (Vol. 25, Riyadh, Matabi' al-Riyadh, 1963), h. 299.; Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, h. 360.

memanfaatkan ketidakpedulian masyarakat terhadap harga pasar dan juga berdasar latar belakang pembeli. Dari hasil penelitian di atas penulis menyimpulkan Faktor-faktor penyebab terjadinya eksploitasi harga oleh para pedagang kaki lima Suramadu adalah sebagai berikut:

1. selera.

Menurunnya Selera atau minat konsumen untuk berbelanja di pedagang kaki lima Suramadu menyebabkan pendapatan para pedagang berkurang, yang kemudian mereka menaikkan harga dagangan untuk menutupi biaya pengembalian modal.

2. Tingkat permintaan konsumen

Tingkat permintaan konsumen yang rendah menyebabkan mereka menaikkan harga barang dagangan demi untuk menutupi biaya pengembalian modal.

3. Ketidakpedulian konsumen terhadap harga pasar

Mayoritas konsumen yang berbelanja di pedagang kaki lima Suramadu ialah para wisatawan baik lokal maupun asing. Dan mayoritas dari mereka kurang peduli atau tidak mengetahui harga normal pasar terhadap barang serupa. Oleh karena itu, para pedagang menawarkan harga tinggi.

4. Latar belakang konsumen

Latar belakang konsumen juga mempengaruhi penetapan harga pedagang kaki lima Suramadu. Apabila konsumen merupakan penduduk asli Madura maka, mereka cenderung mematok harga awalnya yang mana dengan harga tersebut mereka sudah mendapatkan untung dan juga barang yang ditawarkannya pun berasal dari Madura asli, sudah barang tentu warga asli Madura sudah mengetahui harga pasarannya sehingga menyebabkan para pedagang kaki lima Suramadu enggan untuk mematok harga yang lebih tinggi.

5. Tidak adanya kontrol pemerintah

Pendirian lapak pedagang kaki lima bebas izin (asal tidak di beton/tembok/permanen), bebas pajak serta tanpa campur tangan pemerintah langsung. Artinya kurangnya control pemerintah terhadap kawasan tersebut menyebabkan para pedagang kaki lima Suramadu cenderung memainkan harga produk.

6. Jenis produk dagangan yang homogen

Jenis produk dagangan yang homogen mengharuskan mereka bersaing dalam penetapan harga untuk mendapatkan laba sebanyak-banyaknya demi terus berjalannya bisnis agar tidak sampai gulung tikar.

Ibnu Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan penawaran terhadap harga⁹⁸:

- a. Keinginan masyarakat yang berbeda-beda terhadap suatu jenis barang.

Penjualan produk pada pedagang kaki lima Suramadu bersifat penjualan barang sejenis atau homogen. Dengan perdagangan seperti ini, konsumen tidak dapat memilih barang yang disukai sehingga mempengaruhi tingkat permintaan.

- b. Perubahan jumlah barang tergantung pada jumlah peminta. Jika permintaan barang meningkat maka harga naik dan sebaliknya.

Pada pedagang kaki lima Suramadu meningkat dan menurunnya permintaan tidak mempengaruhi penetapan harga produk. Para pedagang tetap berdagang dengan menetapkan harga seperti biasanya.

- c. Hal tersebut di atas juga akan mempengaruhi atas menguat/melemahnya tingkat kebutuhan pada barang karena meluasnya jumlah dan ukuran dari kebutuhan.
- d. Berubah-ubahnya harga sesuai dengan siapa saja pertukaran barang tersebut dilakukan.

Berubah-ubahnya harga dikalangan pedagang kaki lima Suramadu memang kerap kali mewarnai sistem transaksi di tempat tersebut. Sudah menjadi hal wajar dalam perdagangan mereka. Berubahnya harga tergantung pada siapa pembelinya.

⁹⁸ Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, h. 172-173

- e. Harga juga dipengaruhi oleh bentuk pembayaran yang dipergunakan dalam jual beli, jika yang digunakan umum dipakai (uang), harga akan lebih rendah ketimbang jika membayar dengan uang yang jarang ada di peredaran.
- f. Disebabkan oleh tujuan dari kontrak adanya timbal balik pemilikan.

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa tipologi penetapan harga pedagang kaki lima Suramadu berdasar latar belakang konsumen bukan dipengaruhi tingkat penawaran dan permintaan seperti yang dikemukakan oleh Ibnu taimiyah. Tinggi rendahnya permintaan tidak mempengaruhi penetapan harga produk pedagang kaki lima Suramadu. namun, mereka tetap melihat latar belakang konsumen.