

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menyembelih hewan *qurban* merupakan ibadah yang sangat dianjurkan agama islam. Yang bertujuan mendekatkan diri kepada Allah Swt, dan meningkatkan solidaritas sosial dalam ibadah *qurban* ditunjukkan dengan adanya aturan islam, bahwa daging hewan *qurban* yang disembelih dibagi menjadi tiga alokasi, yaitu sepertiga bagian-bagian orang yang ber-*qurban*, (beserta keluarga dekatnya) sepertiga bagian untuk disedekahkan kepada kaum dhuafa, dan sepertiga bagian lainnya untuk diberikan kepada yang kurang mampu atau yang mampu. Pada umumnya umat islam yang ber-*qurban* mengalokasikan dua pertiga bagian atau seluruh daging untuk disediakan dan dihadiahkan kepada kaum muslimin. Allah berfirman

فَصَلِّ لِرَبِّكَ وَأَحْزِرْ (الكوثر: ٢)

2. Maka dirikanlah shalat karena Tuhanmu; dan berkorbanlah[1605].

[1605] Yang dimaksud berkorban di sini ialah menyembelih hewan Qurban dan mensyukuri nikmat Allah.

Waktu menyembelih hewan qurban yaitu mulai dari matahari setinggi tombak pada hari raya haji sampai terbenam matahari tanggal 13 bulan haji, yang dimaksud dengan shalat hari raya ialah waktunya, bukan shalatnya, karena mengerjakan shalat tidak menjadi syarat menyembelih qurban. Semua hari tasyrik (tanggal 11 sampai 13 haji) adalah waktu menyembelih qurban” (Riwayat Ahmad).

Sewaktu menyembelih qurban di sunatkan beberapa perkara dibawah ini:

1. Membaca bismillah.
2. Membaca shalawat atau nabi saw takbir (membaca allah akbar).
3. Berdo'a supaya qurban diterima Allah seperti (ya Allah, ini perbuatan dari perintahmu saya kerjakan terimalah olehmu amalku ini).
4. Binatang yang di sembelih hendaknya dihadapkan ke kiblat.

Setelah selesai melaksanakan shalat 'Ied, umat islam dianjurkan untuk menyembelih hewan qurban, tentu saja bagi yang mampu. Anjuran berkorban ini merupakan ibadah sunnah yang memiliki nilai-nilai dan makna

yang cukup mendalam dalam ajaran islam. Nilai-nilai dan makna dari ibadah qurban itu tidak lain adalah kesholehan ritual dan kesholehan sosial. Dua kesholehan yang sebenarnya dalam bentuk aktivitas apa pun dan dimanapun tidak boleh dipisahkan; jasmani-rohani, dunia-akhirat, vertical-horisontal.¹

Hidup ini perlu adanya keseimbangan. Dengan adanya keseimbangan hidup juga akan bahagia baik di dunia dan juga di akhirat. Al-Quran juga mengajarkan kita bahwa di dunia ini hanya hiburan yang mengusik mata dan menganjurkan agar dunia itu sebagai ladang yang akan kita panen di akhirat apa yang ditanam di dunia.

Salah satu pengaruh dari *idul qurban* bagi umatNya adalah dalam bidang perekonomian yaitu permintaan (*Demand*).

Permintaan cenderung lebih inelastic atau tidak peka dalam jangka pendek dari pada jangka panjang. Semakin banyak waktu yang dimiliki konsumen untuk mereaksi perubahan harga, semakin elastislah permintaan barang itu. Secara konseptual, waktu yang lebih panjang memungkinkan konsumen mencari pengganti barang tersebut. Garam mempunyai sifat tak dapat ditunda. Oleh karena itu, konsumen akan tetap membelinya baik ketika harganya naik maupun turun, sebaliknya, berlian mempunyai sifat dapat

¹ Kutbuddin Aibak, *Fiqh Tradisi*, (Yogyakarta: PT Sukses Offest 2012), 156

ditunda hingga kapanpun, sehingga konsumen memiliki waktu yang lebih dari cukup untuk memikirkan, akan membeli atau tidak. Itulah sebabnya permintaan akan berlian akan amat berfluktuasi jika harganya berubah.²

Mendekati hari raya idul adha kenaikan harga kambing atau sapi potong dan daging segar biasanya sudah terjadi sejak satu minggu sebelum hari raya idul adha. Berikutnya harga akan merambat naik hingga puncaknya di hari ketujuh, hari ketujuh ini sapi atau kambing *qurban* biasanya sudah ramai di perdagangkan di lapak-lapak penjual hewan *qurban*.

Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh pedagang luar kota untuk masuk ke wilayah pribumi dalam hal ini pedagang warga sekitar, hal ini mempengaruhi omzet kepada para pedagang setempat karena ketatnya persaingan atau kompetensi dalam berbisnis. Tak jarang timbul ketidakstabilan omzet karena permintaan yang terbagi-bagi.

Kegiatan pemasaran *qurban* harus mengambil skala prioritas dalam mengembangkan bisnisnya dan harus memilih kemampuan melakukan pemasaran dengan segala cara, Perdagangan yang dilakukan langsung antara penjual dan pembeli mengenai harga serta kualitas hewan qurban berdasarkan

² Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, (Jakarta: PT Rajagrafido, 2012), 316

kesepakatan keduanya, pada menjelang hari raya idul adha para peternak dan penjual hewan *qurban* mulai membuka usaha di beberapa titik-titik tertentu.

Agar lebih mudah mendapatkan pembeli, maka pedagang membuka lapak di samping jalan karena tempat yang mudah dijangkau berpengaruh kepada pendapatan pedagang itu sendiri. Pembeli tidak sembarang memilih hewan *qurban* mereka akan memilih hewan *qurban* sehat dan mencapai umurnya untuk membelinya.

Ketidakstabilan omzet di atas menjadi permasalahan yang sering ditemukan di pasar, tidak terkecuali di lapak pedagang hewan qurban di Jalan Sama'un Pasar RAU yang dapat mengalami permasalahan tersebut. Sesuai dengan realita di sekitar pasar RAU yang mengalami ketidak stabilan omzet karena naik turunnya permintaan konsumen. Maka peneliti mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERMINTAAN HEWAN QURBAN TERHADAP OMZET PENJUALAN (Studi Di Jalan Sama'un Bakri Pasar Rau Kota Serang).”**

B. Rumusan Masalah

Agar penelitian ini terfokus, masalah tersebut dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh permintaan hewan qurban terhadap omzet penjualan ?
2. Seberapa besar pengaruh permintaan hewan qurban berpengaruh terhadap omzet penjualan ?

C. Pembatasan Masalah

Agar masalah ini tidak meluas maka dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada Pengaruh Permintaan Hewan Qurban Terhadap Omzet Penjualan Hewan Qurban Di Jalan Sama'un Bakri Pasar Rau.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh permintaan hewan qurban dalam mendorong mekanisme berqurban.
2. Untuk mengetahui pengaruh permintaan hewan qurban terhadap omzet penjualan hewan qurban Di Jalan Sama'un Bakri Pasar Rau Kota Serang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memperluas wawasan berfikir serta pengetahuan penulis dalam mengembangkan ilmu dan pengetahuan yang sudah diperoleh untuk dilaksanakan di lapangan.

2. Bagi Akademik

Untuk menambah khazanah perpustakaan dan masukan bagi penelitian lebih lanjut dengan topik yang sama.

3. Bagi masyarakat

penelitian ini sebagai pengetahuan dan menambah pemahaman tentang apa yang mereka baca khususnya tentang pengaruh permintaan hewan qurban terhadap omzet penjualan.

4. Bagi pedagang

Penelitian ini sebagai acuan agar para pedagang hewan qurban lebih meningkatkan kinerja dan pemasarannya, sehingga omzet penjualan para pedagang pada hari raya idul adha meningkat.

F. Kerangka Pemikiran

Lafadz **الْبَيْعُ** dalam bahasa arab menunjukkan makna jual beli. Ibnu

Manzhur berkata **الْبَيْعُ ضِدُّ الشِّرَاءِ** (lafadzh **الْبَيْعُ** yang berarti jual

kebalikan dari lafazh **الشِّرَاءِ** yang berarti beli). Dilihat dari segi bahasa,

lafadz **الْبَيْعُ** merupakan bentuk mashdar; **بَاعَ - يَبِيعُ - بَيْعًا - مَبِيعًا** yang mengandung tiga makna sebagai berikut.

مُبَا دَلَةٌ مَالٍ بِمَالٍ

Tukar menukar harta dengan harta

مُقَابَلَةٌ شَيْئٍ بِشَيْئٍ

Tukar sesuatu dengan sesuatu

دَفْعُ عَوَضٍ وَأَخْذُ مَا عَوِضَ عَنْهُ

Menyerahkan pengganti dan mengambil sesuatu yang dijadikan alat pengganti tersebut.³

Jual beli sangat erat dengan tukar-menukar barang dengan suatu kebutuhan dan keinginan. Salah satu fungsi jual beli adalah mendapatkan laba sebanyak banyaknya dengan modal sedikit.

Para ulama memberikan devinisi tentang Bai' Al-Inah sebagai berikut:

³ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2001), 9

Imam Nawawi dalam *Tahdib Al-Asma' Wa Al-Lughah* berkata: “dinamakan ‘Inah karena akad jual beli ini dapat mendatangkan ‘Ain yaitu keuntungan dinar dan dirham”. Selanjutnya, Al-Fayumi dalam *Al-Misbah Al-Munir* menegaskan ‘Inah di tafsirkan oleh Fuqoha sebagai berikut yaitu seorang menjual barang dagangannya dengan cara diangsur (kredit) sampai batas waktu yang disepakati. Setelah itu, dia membelinya kembali pada majelis yang sama secara kontan dengan harga yang lebih murah, agar selamat dari riba. Seolah-olah ia menjual dirham yang dikreditkan dengan dirham yang kontan bersamaan dengan adanya perbedaan selisih harga, sedangkan harga barang itu hanya sekedar tipu daya (hailah), padahal intinya adalah riba. Kemudian ada juga ulama yang berpendapat bahwa jual beli ini disebut ‘inah karena pembeli barang dengan kredit menerima uang kontan sebagai ganti dari barang tersebut. Hal yang demikian itu haram, bila pihak pembeli memberikan syarat agar pihak penjual harus membelinya kembali dari pihak pembeli pertama dengan harga yang sudah ditentukan. Oleh karena itu, apabila diantara pihak penjual dan pembeli tidak ada ikatan syarat. Sebagian ulama *mutaqoddimun* (para pendahulu) bersikeras menganggapnya haram, dan mereka berkata “itu saudara kandung riba” selain itu kalau pihak pembeli menjualnya kepada selain pihak penjual dalam majelis yang sama, maka hal itu disebut ‘inah juga, tetapi ba’i’ al ‘inah seperti ini dibolehkan

menurut kesepakatan ulama Al-shan'aniy berkata: “ketahuilah bahwa yang dimaksud bai' al-inah ialah seseorang menjual barang dagangannya kepada orang lain dengan harga yang sudah diketahui, diangsur sampai batas tertentu kemudian ia membelinya kembali dari pihak pembeli dengan harga yang lebih murah. Dengan demikian barang dagangan semula tetap kembali kepada pihak penjual, dan inilah yang menunjukkan haramnya jual beli ini. Dinamakan 'inah karena barang itu kembali lagi ke penjual.⁴ Sudah jelas sekali etika berdagang sangat penting sekali dalam kehidupan kita. Salah satunya dilarang membeli barang yang sudah dipesan untuk di beli oleh pembeli lain. Bahwasanya membeli barang sebaiknya dari pedagang dan barangnya belum dipesan untuk dibeli.

Akad (ikatan, keputusan atau penguatan) atau perjanjian atau kesepakatan atau transaksi dapat diartikan sebagai komitmen yang terbingkai dengan nilai-nilai syariah. Dalam istilah fiqih, secara umum akad berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik yang muncul dari satu pihak, seperti wakaf, talak, dan sumpah, maupun yang muncul dari dua pihak, seperti jual beli, sewa, wakalah dan gadai.

Secara khusus akad berarti keterkaitan antara ijab (pernyataan penawaran/pemindahan kepemilikan dalam lingkup kepemilikan)

⁴ Enang Hidayat, *Fiqih Jual beli*, 116

dalam lingkup yang disyariatkan dan berpengaruh pada sesuatu hal. Rukun dalam akad ada tiga, yaitu: pelaku akad, objek akad dan shighah atau pernyataan Pelaku akad, yaitu ijab qobul. Pelaku akad haruslah orang yang mampu melakukan akad untuk dirinya (ahliyah) dan mempunyai otoritas syariah yang di berikan pada seseorang untuk merealisasikan akad sebagai perwakilan dari yang lain (wilayah). Objek akad harus ada ketika terjadi akad harus sesuatu yang disyariatkan, harus bias diserahkan ketika terjadi akad, dan harus sesuatu yang jelas antara dua pelaku akad. Sementara itu, ijab qabul harus jelas maksudnya, sesuai antara ijab dan qabul, dan bersambung antara ijab dan qabul. syarat dalam akad ada empat, yaitu: syarat berlakunya akad (in'iqod), syarat sah akad (shihah), syarat terealisikannya akad (nafadz); dan syarat lazim.⁵

Menurut jumhur (mayoritas ulama), bahwa rukun jual beli ada empat, yaitu *Akad* (ijab kabul), orang-orang yang berakad (penjualan dan pembeli), *ma'kud alaih* (objek akad), nilai tukar barang.⁶

Perbedaannya riba dan jual beli pada ayat yang berbunyi *Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*, maka dapat diketahui

⁵ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), 35

⁶ Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*, (Bandung : PT Refika Aditama,2011), 174

bahwa ada perbedaan yang jelas antara jual beli dan riba. Jika ada sebagian orang yang mengatakan bahwa transaksi pada bank syari'ah dan bank konvensional adalah sama saja karena ada keuntungan yang diambil, bahkan harga beli pada bank syari'ah lebih mahal, maka sebenarnya perbedaan yang jelas antara jual beli dan riba.⁷

Dalam hukum permintaan di jelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan *makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut*, sifat hubungan seperti itu disebabkan karena kenaikan harga menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti terhadap barang yang mengalami kenaikan harga. Sebaliknya apabila harga turun maka orang mengurangi pembelian terhadap barang lain yang sama jenisnya dan menambah pembelian terhadap barang yang mengalami penurunan harga. Yang kedua kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil para pembeli berkurang, pendapatan yang merosot tersebut memaksa para pembeli untuk mengurangi pembeliannya

⁷ Sri Nurhayati Wasilah, *Akuntansi Syari'ah Di Indonesia Edisi 2 Revisi* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 80

terhadap berbagai jenis barang, dan terutama barang yang mengalami kenaikan harga.⁸

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang adalah:

1. Pendapatan
2. Harga barang-barang lain yang terkait
3. Selera
4. Jumlah penduduk

Dalam ekonomi Islam, setiap keputusan ekonomi seorang manusia tidak terlepas dari nilai-nilai moral dan agama karena setiap kegiatan senantiasa dihubungkan kepada syariat. Al-Quran menyebut ekonomi dengan istilah *iqtishad* (penghematan ekonomi), yang secara literal berarti “pertengahan” atau “moderat”. Seorang muslim dilarang melakukan pemborosan. Seorang muslim diminta untuk mengambil sebuah sikap moderat dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya. Dia tidak boleh *israf* (royal, berlebih-lebihan), tetapi dilarang juga pelit (*bukhl*). Penawaran barang atau jasa didefinisikan sebagai: *kondisi dimana pada saat harga semakin mahal maka jumlah barang atau jasa yang ditawarkan semakin*

⁸ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT RAJAGRFINDO PERSADA, 2013), 76

*banyak. Sebaliknya, jika saat barang atau jasa semakin murah maka jumlah barang yang dijual semakin berkurang.*⁹

Perbedaan definisi penawaran dengan definisi permintaan hanya terletak pada satu kata. jika permintaan menggunakan kata membeli, maka penawaran menggunakan kata menjual.

Dari berbagai literature ekonomi yang membahas tentang mekanisme pasar, terdapat tujuh factor yang mempengaruhi penawaran. Di antaranya adalah:

- a. Harga barang itu sendiri. Bila harga naik, *ceteris paribus*. Maka jumlah barang yang ditawarkan oleh produsen akan bertambah, begitupun sebaliknya.
- b. Harga barang lain, bisa bersifat substitusi (pengganti) atau komplemen(saling melengkapi).

Barang substitusi; bila barang substitusi naik, *ceteris paribus*, maka penawaran suatu barang akan bertambah, begitu juga sebaliknya.

⁹ Zaini Ibrahim, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Banten: IAIN SMH, 2012), 17

Barang komplemen; bila harga barang komplemen naik *ceteris paribus*, maka penawaran suatu barang akan berkurang, begitu juga sebaliknya.

- c. Biaya produksi. Kenaikan biaya produksi (upah, bahan baku, pajak, dsb), *ceteris paribus*, menyebabkan produsen mengurangi penawaran barangnya di pasaran, begitu juga sebaliknya.
- d. Kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi, *ceteris paribus*, menyebabkan pengusaha menambah kapasitas produksi barang dan jasanya di pasaran, begitu juga sebaliknya.
- e. Jumlah produsen. Apabila jumlah produsen suatu produk semakin banyak, *ceteris paribus*, maka penawaran barang tersebut akan bertambah, begitu juga sebaliknya.
- f. Tujuan perusahaan. Penawaran suatu barang dipengaruhi oleh tujuan yang ingin dicapai produsen, apakah ingin mencapai laba maksimal, kapasitas produksi yang maksimal, atau kapasitas produksi yang biasa saja.
- g. Kebijakan pemerintah. Misalnya pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk menaikkan pajak penjualan. Kebijakan ini akan

menyebabkan harga jual barang lebih tinggi, sehingga produsen mengurangi jumlah barang di pasaran.¹⁰

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI: pada bab ini menjelaskan tentang kajian pustaka yang meliputi sistem Teori Sistem Perdagangan Qurban, Pengertian Perdagangan, Pengertian Qurban, Strategi pemasaran, Teori Pendapatan, Pengertian pendapatan, Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan, Konsep penawaran dan permintaan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN: pada bab ini mencakup Ruang Tempat dan waktu Penelitian, Populasi Dan Sampel, Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN : pada bab ini menerangkan mengenai Gambaran Umum Objek Penelitian dan Pembahasan Hasil Penelitian.

¹⁰ Zaini Ibrahim, *Pengantar Ekonomi Mikro*, 18

BAB V PENUTUP: pada bab ini disajikan Kesimpulan dan Saran.