

JUAL SEADANYA¹

(Telah Antropologis terhadap Implementasi Ajaran Islam dalam Akad Jual Beli pada Orang Banjar)

Oleh : Nasrullah

Staf Pengajar Program Studi Pendidikan Sosiologi dan Antropologi
FKIP, ULM, Banjarmasin
Email: ulekbarito@gmail.com

Abstrak

Religiusitas orang Banjar dapat diketahui dari praktek beragama seperti aspek ibadah, umrah, ziarah, menghadiri pengajian dan simbolisasi religius melalui cara berpakaian. Padahal ada praktek beragama dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari orang Banjar yang sulit ditemukan (atau tidak ada) pada tradisi suku-bangsa lain. Praktek religius tersebut dilaksanakan melalui akad jual beliantara pihak penjual dan pembeli baik di warung maupun di pasar tradisional. Makalah ini akan memaparkan perilaku transaksional sebelum berlangsungnya akad jual beli tersebut sesungguhnya tidak hanya menggugurkan kewajiban dalam menjalankan ketentuan agama bagi orang Banjar. Jika dicermati lebih mendalam, akad jual beli ternyata memiliki implikasi sosial yakni (1) Harmonisasi relasi antara penjual dan pembeli karena dalam tawar menawar harga suatu barang tidak jarang terjadi ketegangan antara penjual dan pembeli; (2) Akad jual beli merupakan *statement agreement* terhadap harga yang telah disepakati pihak penjual dan pembeli. Semua itu bertujuan untuk mencapai kepuasan bagi kedua belah pihak: pelanggan dan pembeli. Untuk mengetahui hal tersebut, makalah ini memaparkan peristiwa sosial antara penjual dan pembeli dalam tawar menawar sebelum akad terjadi.

Kata kunci: Akad, harmonisasi, relasi, perilaku transaksional, penjual, pembeli.

A. Adat Dagang Orang Banjar

Pasca kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam menentukan harga suatu barang, orang Banjar biasanya menggunakan akad sebagai legalitas memindahkan kepemilikan barang disertai penyerahan uang kepada penjual sesuai kesepakatan harga, sedangkan pembeli pada saat itu pula mendapatkan barang yang diinginkan. Penjual mengucapkan kalimat “Juallah,” “Jual seadanya” atau menyebutkan jenis barang berikut kuantitas barang serta harga yang disepakati. Setelah itu, pembeli menjawab dengan kalimat “Tukarlah” atau pembeli menambahkan ucapan dengan menyebut jenis barang yang dibeli berikut harganya. Akad jual beli yang diterapkan oleh orang Banjar tersebut menunjukkan bahwa:

¹Disampaikan Pada Konferensi Internasional Transformasi Sosial Dan Intelektual Orang Banjar Kontemporer diselenggarakan IAIN Antasari, 10-11 Agustus 2016. Pada Panel dan Pararel I: Orang Banjar, Agama dan Perubahan Sosial

Secara simbolik adat dagang orang Banjar dapat dilihat bagaimana mereka memaknai akad. Mereka menganggap tidak sah suatu transaksi jual beli atau dagang kalau akad tidak dilakukan secara sempurna. Misalnya, seorang penjual akan mengakadkan kepada pembeli dengan lafaz akad sebagai berikut, “Ulun jual kain tetoron sebanyak tiga meter dengan harga Rp. 36.000,-“ dan dijawab oleh pembeli seketika itu juga dengan ucapan akad “Ulun tukar 3 meter kain tetoron ini dengan harga Rp. 36.000,-, tunai”(Hasan, 2014:229).

Akad jual beli sebenarnya tidak berdiri sendiri, karena sebelumnya terdapat peristiwa tawar menawar antara pedagang dan pembeli. Oleh karena itu, tulisan ini mengaitkan akad jual beli dengan proses sosial dalam penentuan kesepakatan harga barang oleh penjual dan pembeli yang disebut sebagai perilaku transaksional (Lihat Ahimsa-Putra, 2003). Apabila dicermati penjual maupun pembeli dalam melakukan transaksi jual beli sering melakukan berbagai macam trik, bahkan negosiasi dengan berbagai cara. Ada perilaku yang diharapkan dan, sebaliknya, ada perilaku yang tidak diharapkan dalam hubungan sosial antar pedagang demikian pula hubungan dengan pembeli, norma-norma tentang hubungan memberi pengaruh penting, tidak semata-mata kepentingan ekonomi dan pemasaran semata (Abdullah, 1988:4). Praktek seperti ini dapat kita ditemukan di pasar-pasar tradisional di berbagai daerah di Indonesia, bahkan tidak jarang alotnya transaksi hanya untuk mendapatkan harga barang yang selisihnya tidak terlalu jauh. Di kota Banjarmasin, penulis menemukan cara pedagang merayu pembeli dengan membangun hubungan emosional dengan pembeli seperti menggunakan kata-kata “*harga kaini ku jual lawan ikam haja dingsanak ai*” (harga barang ini ku jual hanya untuk kamu aja saudara”. Seolah-olah penjual memiliki hubungan dekat dengan pembeli layaaknyadingsanak (saudara). Di lain pihak pembeli pun tidak kalah sengitnya untuk menawarkan harga serendah mungkin. Inilah prinsip ekonomi untuk mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga paling rendah, sebaliknya, penjual mengharapkan mendapat keuntungan maksimal, terjadilah tarik menarik harga yang cenderung menciptakan titik konflik kedua belah pihak. Sehingga pembeli berusaha menurunkan harga dengan menunjukkan kekurangan dari harga barang yang akan dibeli. Adakalanya pembeli berpura-pura meninggalkan penjual jika tidak ada kesepakatan tentang harga, hingga akhirnya penjual memanggil si pembeli.

Cara seperti ini tidak hanya dipraktekkan di Indonesia, sebab informasi dari Misran beberapa kali melaksanakan umrah, bahwa cara jual beli di Mekkah memiliki kemiripan dengan praktek di Banjarmasin. Ia berpura-pura meninggalkan pedagang apabila merasa tidak mendapatkan kecocokan harga. Namun tidak berapa jauh meninggalkan pedagang, ia mendengarkan pedagang memanggil “halal...halal” artinya pedagang tersebut sepakat dengan harga yang ditawarkan. Meskipun tawar menawar dilakukan dengan berbagai trik serta negosiasi antar pedagang dan pembeli sebagaimana telah dijelaskan, tetapi jarang ditemukan, atau mungkin tidak ada, terjadinya akad antara penjual dan pembeli seperti dipraktekkan oleh orang Banjar terutama di Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah ditemukan di daerah lain. Penelitian Abdullah tentang Pedagang Batik di Yogyakarta, misalnya, hanya terkait kepada usaha dagang Batik, dan relasi antar pedagang Batik (Abdullah, 1988), jauh sebelumnya,

Geertz lebih menekankan kehidupan golongan pedagang di Mojokoto (Geertz, 1965:73-78). Oleh karena itu penulis lebih menekankan pembahasan padaperilaku transaksi antara penjual dan pembeli yang mendahului terjadinya akad jual beli, setelah itu dilanjutkan pembahasan tentang manfaat jual beli serta perubahan sosial di masyarakat Banjar terkait praktek akad. Akad jual beli itu pula yang menjadi fokus tulisan ini, meskipun terdapat praktek akad dalam *sanda*(gadai) atau disebut juga *jual hidup*, akad sewa menyewa dan lain (Lihat Daud, 1997; Hasan, 2014).

B. Perdagangan dan Akad Jual Beli

Kajian tentang perdagangan atau jual beli telah banyak dilakukan dalam berbagai disiplin ilmu. Alfisah mengkaji tentang adaptasi orang Banjar di perantauan yang dikaitkan dengan praktek dagang. Alisyah menyebutkan adaptasi orang Banjar melalui kegiatan *pambalantikan* (penghubung perantara) menyebabkan mereka mendapatkan posisi tawar yang tinggi baik berhadapan dengan orang luar yang mendistribusikan produksi mereka serta membeli barang-barang produksi penduduk maupun berhadapan dengan penduduk di pedalaman yang kurang berpengalaman dengan orang luar (Alfisyah, 2013). Alfisyah juga melihat perdagangan orang Banjar sangat dinamis. Ia membagi perkembangan perdagangan orang Banjar dilakukan secara periodik, yakni masa kerajaan Banjar, Pasca Kerajaan Banjar, Pasca Kemerdekaan. Hasil temuannya menunjukkan bahwa perdagangan orang Banjar sejak lama telah dipengaruhi oleh jaringan perdagangan internasional (Alfisyah, 2008).

Kajian tentang etos kerja orang Banjar sebagai pedagang di pasar terapung Lok Baitan Martapura dilakukan oleh Hendraswati. Menurutnya etos kerja pedagang Pasar Terapung Lok Baintan terlihat pada karakteristik mereka dalam berusaha, seperti sifat kejujuran, menghargai waktu, kerja keras dan mandiri (Hendraswati, 2016:113). Begitu pula penelitian Alfisyah terhadap etos pedagang di Sekumpul Martapura yang ternyata dilandasi keseimbangan antara *baibadah* dan *bausaha*, sehingga menghasilkan sikap *bauntung* (beruntung) dan *batuah* (mendapatkan berkah) (Alfisyah, 2005).

Adapun kajian yang berhubungan tentang praktek akad jual beli juga telah dilakukan dalam berbagai sudut pandang peneliti. Menurut Hadi, satu etiket masyarakat Banjar yang menarik dan sarat nilai-nilai kearifan adalah budaya ijab qabul dalam hal bertransaksi jual beli. Yakni kebiasaan melafalkan kata “tukar” (maksudnya saya membeli) untuk si pembeli dan kata “jual” (maksudnya saya menjual bagi si penjual). Tentu saja ini menggambarkan nilai kejujuran (*honesty*) sebagai kewajiban moral (Hadi, 2015:218). Jika Hadi melihat praktek akad sebagai bentuk kejujuran, sedangkan Hasan lebih melihat dalam adat dagang orang Banjar sangat berpegang teguh dengan ajaran Syafi'i. Mahzab ini dapat dikatakan sudah mengkristal dan merupakan adat yang dapat dijadikan sebagai landasan kehidupan orang Banjar. Bahkan, Hasan menyatakan secara simbolik, adat dagang orang Banjar dapat dilihat bagaimana mereka memaknai akad sebagai sesuatu yang signifikan. Mereka menganggap tidak sah suatu transaksi jual beli atau kegiatan dagang kalau akad tidak dilakukan secara sempurna (Hasan, 2014:219). Pandangan lain dalam penelitian Daud tentang akad yang menekankan pada fungsi akad untuk

mengantisipasi batalnya jual beli. Ada kalanya timbul dari satu pihak karena khawatir pihak lainnya menarik diri belakangan. Kekhawatiran dari pihak penjual biasanya karena harga yang telah disepakati mungkin lebih mahal dari seharusnya atau sebaliknya, dari pihak pembeli harga yang ditawarkan atau disepakati terlalu rendah (Daud, 1997:212). Ketiga peneliti tersebut telah memberikan apresiasi yang besar tentang praktek akad dalam jual beli, tetapi hanya meletakkan pembahasan akad pada bagian kecil atau sub bagian saja.

Pembahasan yang secara khusus mengenai akad jual beli dilakukan oleh Hanafiah. Dalam transaksi di Pasar Terapung, penjual dan pembeli tetap melakukan akad jual beli sesuai ketentuan Islam, padahal sebenarnya situasi dan kondisi ketika itu tidak memungkinkan untuk transaksi seperti jual beli biasa karena sampan yang mereka gunakan sebagai alat transportasi tersebut digoncang ombak sungai (Hanafiah, 2015:213). Penelitian mengkhususkan tentang akad jual beliyakni mengkaji pendapat 10 ulama di Kalimantan Selatan. Para ulama yang terdapat dalam referensi Majelis Ulama Kalimantan Selatan mengemukakan dua pandangan. Pertama bahwa transaksi jual beli harus dilapazkan dengan kata “jual dan beli”. Kemudian pendapat kedua menyatakan bahwa *sighat* apapun transaksinya sah dan tidak termasuk rib, karena semua diserahkan dengan adat dan tradisi masyarakat setempat (Rusdiyah, Muttaqin, & Sa'adah, 2005:207)Tulisan Hanafiah serta Rusdiyah dkk ini meskipun secara khusus membahas akad jual beli dan pada pedagang di pasar Terapung, maupun menelaah pandangan ulama tetapi masih memiliki celah kosong karena tidak mendeskripsikan proses berlangsungnya akad di Pasar Terapung ataupun di masyarakat. Selain itu, secara umum, penulis belum menemukan laporan penelitian ilmu sosial khususnya antropologi tentang akad jual beli di kalangan orang Banjar apalagi untuk melihat proses atau fenomena sosial yang mendahului akad, sehingga bagian inilah yang akan diulas oleh secara mendalam.

C. Orang Banjar dan Religiusitas Pelaku Pasar

Agama dan etnisitas pada orang Banjar telah bersatu padu dan tidak terpisahkan, sehingga orang Banjar berarti pemeluk Islam (Lihat Daud, 1997), yang dimanifestasikan dalam berbagai perilaku orang Banjar selalu menunjukkan indikator religiusitas. Di bidang keagamaan dan pendidikan, kesultanan Banjar telah memulai dengan mengirimkan Syekh Muhammad Arsyad untuk belajar ke Mekkah selama puluhan tahun dan kemudian menjadi ulama terkenal se Asia Tenggara. Kemudian otoritas kerajaan melalui Undang-Undang Sultan Adam mengatur perilaku religius untuk melakukan shalat berjamaah (Arbain, 2013:26-27). Begitu pula dalam praktek perdagangan, sebagai dilakukan oleh para pedagang pasar Terapung di Lok Baintan bahwa pemahaman tentang jual beli dalam ajaran Islam diketahui oleh para pedagang, yaitu melakukan transaksi dapat mengucapkan akad jual beli, juga berbuat jujur dalam berdagang ketika melakukan aktivitas jual beli (Hendraswati, 2016:106-107).

Pada praktek dagang orang Banjar, yang menganut etos dagang (untung rugi) pada masyarakat Banjar yang selain berorientasi materialistik, juga berorientasi spritual religius (Hadi, 2015:215), sebagaimana kebiasaan pedagang Banjar yang gemar memberikan infaq dan wakaf (Daud, 1997).

Perkembangan selanjutnya, perdagangan dan peribadatan bagi orang Banjar telah berbaaur menjadi identitas tertentu. Sebagai contoh, kehadiran KH Muhammad Zaini Abdul Ghani di Sekumpul membuka pengajian agama yang dihadiri ribuan jamaah, dan beliau kemudian dikenal sebagai Guru Sekumpul tidak hanya menjadi sentral pengajian agama juga mendapat perhatian dari berbagai kalangan tokoh bangsa termasuk dikunjungi oleh Presiden maupun pejabat negara lainnya. Pandangan Guru Sekumpul juga menjadi referensi para ulama di Kalimantan Selatan, misalnya K.H.A Riduan Kapuh (Guru Kapuh) bahwa beliau mengutip pendapat Guru Sekumpul beliau menyatakan bahwa pengucapan sighat ijab kabul mesti dijadikan sebuah kebiasaan atau budaya (Rusdiyah, Muttaqin, & Sa'adah, 2005:204). Kondisi yang membuat Sekumpul dimanfaatkan sebagai kegiatan perdagangan yang ditentukan oleh kehadiran Guru Sekumpul itu sendiri. Libur majelis taklim juga menjadikan kawasan sekumpul yang biasanya mirip pasar kaget berubah sepi. Puluhan bahkan ratusan pedagang kaki lima yang biasanya menggelar dagangan di kawasan Sekumpul tatkala pengajian, tidak tampak lagi. Padahal, kalau ada pengajian, terutama Sabtu pagi, kawasan Sekumpul bisa dikatakan sebagai cabang Pasar Martapura (Rosyadi, 2004:10).

Jika pedagang kaki lima yang datang di Sekumpul hanya berdasarkan kegiatan keagamaan, berbeda dengan pedagang yang berasal dari Sekumpul itu sendiri. Implikasi keagamaan dan lingkungan Sekumpul yang menjalankan praktek religius membuat para pedagang Sekumpul dikenal sebagai pemeluk Islam yang taat dan memiliki kepedulian sosial yang tinggi khususnya berkaitan persoalan keagamaan. Dalam kegiatan-kegiatan keagamaan yang dilaksanakan di wilayah ini, seperti pelaksanaan nifus Sya'ban dan haul Syekh Seman, para pedagang merupakan kelompok penyumbang terbanyak untuk kegiatan-kegiatan tersebut (Alfisyah, 2005). Lebih dari itu, ternyata perlahan-lahan Sekumpul telah mengembangkan identitas merek tersendiri yang unik, yang dicari dan digemari oleh pelanggan setianya dari segmen pasar kelas menengah. Memiliki pelbagai koleksi mata jualan dan aksesoris komunitas Sekumpul memungkinkan seseorang untuk tak disangkal lagi bisa mengklaim keanggotaannya dalam komunitas kelas menengah Sekumpul itu (Hasan N. , 2016:230).

Pedagang dan perdagangan yang berlangsung di Sekumpul hanyalah salah satu contoh real tentang proses orang Banjar kontemporer dalam menjalankan religiusitas pelaku pasar serta perubahan yang berlangsung. Namun religiusitas orang Banjar sebagai pelaku agaknya belum didukung oleh pemikiran para ulama Banjar di masa lalu melalui karya-karyanya. Berbagai kitab Fiqih seperti *Parukunan Basar*, *Risalah Luqatul l-Ajlan*, *Kitab an-Nikah*, *Kitab Al-Faraid*, *Risalah Fatwa Syekh Atailah*, *Kitab Syarah Fathul Jawad*, *Kitab Sabilal Muhtadin li Tafaqahu fi al-Din* berdasarkan telaah Asywadie Syukur, tidak ditemukan adanya pembahasan tentang perdagangan secara khusus, kecuali terdapat dalam kebijakan kerajaan melalui Undang-Undang Sultan Adam pada pasal 23 sampai pasal 27 berbicara tentang hukum tanah garapan, penjualan tanah, pegadaian, peminjaman, dan penyewaan tanah harus tertulis, serangkap di tangan hakim dan serangkap lagi di tangan yang berkepentingan (Syukur, 2003). Meskipun demikian, urusan jual beli itupun hanya terbatas pada tanah dan berhubungan dengan pengadministrasian. Pengadministrasian ini rupanya

sudah dianggap penting walau tanah pada masa itu sudah terhampar luas (Effendi, 2014:28).

D. Perilaku Transaksional sebelum Akad Jual Beli

1. “*Umai Larangnya*” Psycowar dalam Tawar Menawar

Transaksi jual beli yang mendahului akad tidak selalu berjalan dengan mulus untuk menemukan kata sepakat di antaranya kedua belah pihak, karena transaksi adakalanya berjalan dengan alot hingga menimbulkan konflik antara penjual dan pembeli. Konflik dalam hal ini adalah pertentangan pendapat antara pedagang dan pembeli dalam menentukan hargaketika berlangsung praktek tawar menawar. Praktek ini berlangsung ketika belum ada kesepakatan harga, bahkan dalam menaksir barang. Biasanya pertentangan dimulai dari testimoni pembeli setelah mengetahui harga barang, seperti “*umai larangnya pang*” (Duh, mahal sekali). Pembeli menaksir harga suatu dengan menyebut kata “*larangnya*” (mahal) dan didahului kata “*umai*” (bentuk keluhan) untuk menunjukkan keterkejutan begitu mengetahui harga suatu barang akan dibeli. Cara tersebut bertujuan menjatuhkan nilai hargasuatu barang yang didagangkan oleh penjual. Kondisi demikian dapat berlanjut dengan pernyataan calon pembeli seperti “*Di lain harganya kada kaini larangnya*” (harga di tempat lain tidak semahal seperti ini) menunjukkan pengetahuan pembeli terhadap nilai jual suatu barang yang akan dibeli, mesti tidak secara langsung untuk menunjukkan nominal harga. Pengetahuan ditunjukkan dengan melakukan komparasi harga antara yang sampaikan penjual dengan penjual anonim. Komparasi dalam kasus lain dilakukan berdasarkan perbandingan waktu, “*maka kemarin harganya*” (padahal harganya kemarin...) Pembeli ingin menurunkan harga dengan menunjukkan ketidak konsistenan pedagang dalam menetapkan harga barang yang akan dijual antara “kemarin” dengan saat bertransaksi.

Bagi penjual yang merasa terdesak dengan pernyataan pembeli, biasanya menurunkan harga seperti yang dikehendaki pembeli atau mendekati keinginan pembeli atau dalam taraf batas keuntungan minimal yang akan didapatkan. Namun pedagang tertentu dapat mengantisipasi pernyataan pembeli dengan mengatakan, “*silahkan ja cari ka lain*” (silahkan mencari ke tempat lain), artinya pedagang tersebut memberikan keleluasaan terhadap pembeli untuk menentukan subyek yang akan menjadi fatner transaksi atau pedagang secara tidak langsung menantang pembeli dengan mengatakan bahwa hanya barang dagangannya yang lebih murah dibandingkan pedagang lain. Cara berbeda dilakukan pedagang dengan menyampaikan, “*mun ada tamurah pada di sini, ulun tukari*” (Apabila ada yang menjual barang lebih murah dari sini, saya bersedia membelinya). Cara demikian menunjukkan rasa percaya diri pedagang, dan melakukan perlawanan frontal terhadap statemen pembeli yang melakukan perbandingan harga. Pedagang sebenarnya mengakui keberadaan pedagang lain menjual barang yang sama, tapi ia menyatakan perbandingan harganya lebih murah, sehingga ia berani menantang akan membeli barang di tempat lain apabila lebih murah dari yang dijualnya. Sebuah toko *handphone* di kota Banjarmasin menggunakan cara promosi ini “barang akan kami beli dua kali harga apabila ada yang menjual lebih murah”. Kalimat tantangan seperti ini

bahkan dapat dilakukan pedagang untuk mendesak calon pembeli agar tidak akan menjatuhkan harga pada tingkat paling rendah.

Konflik ini jika berujung pada kesepakatan harga maka penjual dan pembeli kemudian melakukan akad. Di sinilah akad berfungsi untuk meredakan suasana panas tersebut kepada kesepakatan dan kerelaan kedua belah pihak, pembeli membayar barang dan menerima barang sebagaimana harga yang telah disepakati, sedangkan penjual menyerahkan barang dan menerima uang sesuai kesepakatan itu pula.

2. “*Lawan Ikam aja Dingsanak ai*” versus “*Maka Kita Langgan*” : Strategi Personal Penjual dan Pembeli

Jika pada sub sebelumnya tawar menawar dilakukan dengan cara manajemen konflik, atau menciptakan ketegangan melalui perang urat saraf (*psycowar*), sedangkan bagian ini melihat strategi persuasif sebagai cara untuk menuju kesepakatan harga baik oleh penjual atau pembeli yang menunjukkan gejala ekonomi personal. Penulis sering menemukan pedagang berkata kepada pembeli “*Ini ku jual lawan ikam aja dingsanak ai*” (barang ini saya jual hanya kepada kamu saja wahai saudara). Kalimat tersebut biasanya disampaikan apabila tawar menawar berlangsung dengan alot dan belum menemukan kesepakatan harga pihak, tetapi selisih harga sudah tidak terlalu jauh.

Pengalaman yang sama dituturkan oleh DCH Taufik Arbain, pada masa-masa dia sebagai mahasiswa.

“Jadi sebenarnya cara berjualan orang Banjar, khususnya orang Alabio dan Nagara menggunakan tak –tik dan strategi tertentu sebelum dia melakukan akad “*Juallah – Tukarlah*”. Sebagaimana kasus yang saya alami, saya bertemu dengan teman saya sebagai sesama orang Alabio yang berjualan baju di pasar Sudimampir. Saya mendekat dan bertanya, “berapa baju ini satu lembar”. Dia menjawab, “Oh kada apa-apa Taufik, papadaan kita sekampung. Saini aja aku manjual”. (*Oh tidak apa-apa Taufik, sesama teman se kampung. Aku menjual seperti ini saja*). Aku ini merasa senang dengan kalimat ini, seperti kalimat persaudaraan karena rumus harga di Pasar Sudimampir dan Ujung Murung biasanya tiga kali lipat dari harga jual. Ternyata, aku mengurungkan niat untuk membeli baju itu, alasannya uangku tidak cukup. Ketika aku menemui teman yang lain dengan merk dan model baju yang sama ternyata harganya jauh lebih murah. Jadi apa artinya *dangsanak*(saudara) itu” (Arbain, 2016)

Penggunaan kata “*lawan ikam aja*” (hanya kepada kamu) dan “*dangsanak*” (saudara) oleh penjual kepada pembeli, pertama-tama disampaikan secara persuasif itu bertujuan untuk menciptakan hubungan privasi antara penjual dan pembeli. Pembeli dipersonifikasi melalui kata-kata “hanya lawan ikam”, sehingga pembeli merasa tidak ada yang lain selain dirinya yang mendapatkan kekhususan dari penjual. Ada kalanya penjual membumbui dengan kata-kata “*jangan bepadah kalain harganya lah*” (jangan ceritakan kepada yang lain tentang harganya ya) yang seolah-olah penjual itu hanya memberikan harga yang lebih murah kepada pembeli tersebut. Dengan kata lain, status pembeli dalam situasi sosial ini adalah kelas VVIP dan kondisi ini diperkuat dengan penggunaan kata “*dangsanak*” (Saudara). Kedua, kata

“dangsanak” atau “Dingsanak” atau saudara adalah kelanjutan status sosial yang personal. Kultur orang Banjar maupun Dayak, mengangkat orang lain sebagai saudara sudah lazim dilakukan. Hal ini biasanya terjadi apabila ada peristiwa tertentu seperti konflik antar kedua belah pihak dan konflik tersebut berhasil ditangani sehingga untuk menghindari konflik tersebut dan merajut keharmonisan kedua belah pihak diikat dalam status *dingsanak* (saudara). Logika yang dibangun penjual dalam *mindset* pembeli adalah mana mungkin seseorang mau menipu saudaranya sendiri.

Di lain pihak, pembeli memiliki cara berbeda untuk menyudahi alotnya transaksi atau tawar menawar. Seorang pembeli biasanya menggunakan kalimat yang juga mengikat penjual untuk menyetujui tawaran melalui kata-kata “*maka kita langganan*” (padahal kita berlangganan). Pembeli juga menciptakan suasana relasi di antara mereka sebagai orang yang telah atau akan sering berbelanja kepada penjual tersebut. Pembeli berusaha membangun *mindset* dalam logika penjual bahwa seorang pelanggan lebih bernilai dari pembeli, sebab relasi langganan itu menunjukkan pilihan pembeli secara simultan untuk terus menerus berbelanja kepada pedagang tertentu, sedangkan pembeli adalah orang yang dapat berpindah dari satu penjual ke penjual lain sesuka hatinya. Pembeli bahkan dapat menekan penjual dengan kalimat “*maka aku rancak batatukar di sini*” (padahalsaya sering berbelanja di sini). Kalimat tersebut menunjukkan dua tekanan persuasif yang dilakukan pembeli. Pertama, pilihan pembeli untuk datang kepada satu orang penjual, menciptakan suasana atau kesan bahwa si penjual istimewa versi pembeli. Kedua, pembeli secara implisit menegaskan dengan status berlangganan maka ia dikemudian hari akan datang ke pada penjual yang sama. Namun di balik itu semua, pembeli sebenarnya menegaskan kepada penjual agar kepada langganannya selalu berusaha memberi harga yang miring, memilihkan barang dengan mutu yang terbaik, dan menjaga agar persediaan barang terjaga (Sairin, Semedi, & Hidayana, 2002:217). Sebaliknya jika hal tersebut tidak terpenuhi, pembeli atau pelanggan akan berbelanja ke tempat lain sekaligus menghapus hubungan langganan.

3. “Balum Sampai Hujungannya” Strategi Menaikkan Harga Barang Dagangan

Dalam jual beli, si pedagang tentu akan menjual barang dengan harga yang menguntungkan, sedangkan si pembeli dapat memaklumi hal demikian meskipun ia berusaha menawar harga serendah mungkin. Pemahaman ini dimanfaatkan oleh pedagang untuk mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya. Penuturan DCH Taufik Arbain yang pernah menjadi pedagang Pasar Blauran di kota Banjarmasin sekitar tahun 1994 menjelaskan hal demikian.

“Dalam berjualan kita sadar pembeli akan menawar hingga dua kali lipat, maka kita akan menaikkan barang tiga kali lipat. Jika ada pembeli menawar, kita mengatakan “kada sampai Pa”. Bukan kada sampai modalnya, tapi kada sampai hujungannya banyak, sedangkan bagi pembeli tidak sampai modalnya. Padahal bagi kita orang Halabio, kada sampai itu adalah belum banyak hujungannya.” (Dalam berjualan, kita menyadari bahwa pembeli menawar harga dua kali lipat, maka kita akan

menaikkan barang tiga kali lipat. Jika ada pembeli menawar, kita mengatakan “tidak sampai Pak”. Bukan tidak sampai modal, tetapi keuntungannya belum banyak, sedangkan bagi pembeli diartikan tidak sampai modalnya. Padahal bagi kita orang Alabio, *kada sampai* itu berarti untungnya belum banyak”(Arbain D. T., 2016).

Cara ini memanipulasi pikiran pembeli seakan-akan penjual belum mendapatkan keuntungan dari kata-kata “tidak sampai”, pembeli pun merasa tidak nyaman untuk terus menawar harga. Kondisi ini sangat menguntungkan penjual agar pembeli menaikkan harga sehingga ia mendapatkan keuntungan maksimal. Namun tidak jarang pembeli yang terus menawar harga di bawah batas kata “tidak sampai” dan ternyata penjual bersedia menjual, tentunya ketersediaan itu menunjukkan ada keuntungan yang didapatkan.

E. Katakan dengan Nota “Jual Seadanya”

Keberadaan pasar tradisional sebagai tempat berbelanja dan ajang tawar menawar, mendapatkan saingan di pusat perbelanjaan seperti supermarket, plaza hingga mall. Di Banjarmasin misalnya, terdapat berbagai pertokoan yang menyediakan berbagai varian barang yang beragam dengan tempat berbelanja yang nyaman. Perbedaannya adalah interaksi antara penjual dan pembeli di pasar tradisional dapat melakukan negosiasi tentang harga suatu barang yang dijual, sehingga tawar menawar dapat terjadi, sedangkan di mall atau perbelanjaan modern, pembeli tidak mendapatkan kuasa untuk menawar harga barang yang dijual. Pembeli hanya mencari peluang adanya diskon yang dikeluarkan pihak penjual atau menggunakan fasilitas potongan harga berupa kartu diskon.

Pembeli diikat melalui kartu anggota (*member card*) untuk terus berbelanja ke toko tersebut, pembeli yang memiliki kartu tersebut diberikan fasilitas berupa potongan harga. Misalnya, pengelola toko Lima Cahaya di Kota Banjarmasin, memberikan potongan harga bagi pemilik kartu anggota berupa *discount* 10 persen dan khusus kosmetik 5 persen, sedangkan pengelola toko buku Gramedia memberikan potongan harga 10 persen bagi yang membeli produk buku terbitan Gramedia dan memberikan poin belanja apabila membeli buku selain produk Gramedia. Keberadaan toko yang berada di bawah naungan mall, plaza, atau hipermarket sering menawarkan harga lebih rendah dibandingkan toko-toko tradisional (Villarino, 2011:16) sebagaimana Pasar Gowok menjadi sepi dari pembeli, karena sebagian mereka cenderung membeli sembako (sembilan bahan pokok) di Plaza Ambarukmo dengan harga relatif lebih murah dari pada pasar Gowok. Kondisi harga yang murah ini disebabkan karena pihak plaza mampu membeli sembako langsung dari produsen dalam jumlah besar (Hasanah, 2010:71). Selain itu, pembeli merasa terbebas dari jeratan trik dari penjual atau pedagang sebagaimana terjadi di pasar tradisional. Meskipun demikian, pusat perbelanjaan modern yang tidak melakukan tawar menawar, kecuali pembeli menanyakan peluang untuk diskon, juga tidak ada akad jual beli. Padahal ketika mereka berbelanja ke mall atau pasar swalayan, hal semacam itu tidak mungkin dilaksanakan secara sempurna. Kebiasaan yang mereka ucapkan adalah ucapan “terima kasih”, “ya kembali”, atau “ya terima kasih” (Hasan, 2014:229).

Jika berbelanja di pertokoan modern, pembeli dapat melakukan tawar menawar kepada penjual apalagi melakukan akad jual beli, sebab pembeli hanya berhadapan dengan kasir bukan pemilik selaku penjual atau pedagang secara langsung. Keadaan demikian tidak serta merta membuat orang Banjar kehilangan kreatifitas untuk melangsungkan akad jual beli. Penulis mendapati pengalaman menarik ketika membeli pulsa di sebuah kios tepat berada di seberang rumah sakit Ratu Zaleha, Martapura beberapa tahun lalu. Setelah penulis membeli pulsa disertai akad, kemudian penulis membaca pesan masuk yang menunjukkan pengisian pulsa telah berhasil. Namun, kreatifitas penjual adalah menuliskan dalam pesan tersebut, dengan kalimat kurang lebih demikian. “Pulsa anda telah diisi oleh kios ponsel ... dengan nominal ... *Juallah*”. Kata “*Juallah*” yang sengaja dicetak miring menunjukkan praktek akad ternyata berlangsung dengan kuat, sehingga dicantumkan dalam pengiriman pesan pendek dari pemilik kios penjual pulsa.

Selain menggunakan pesan pendek seperti contoh di atas, perkembangan teknologi saat ini menggunakan komputer untuk menghitung transaksi jual beli dan secara otomatis mencetak nota sebagai pengganti nota manual, ternyata dimanfaatkan pengelola toko untuk melakukan akad secara tertulis. Hal ini menunjukkan upaya kuat dari penjual atau pemilik toko untuk melakukan akad, meskipun dalam perkembangan ekonomi bisnis seperti yang terjadi di pasar swalayan, maka ketika seseorang memilih suatu barang berarti menunjukkan suatu persetujuan untuk melakukan transaksi. Dalam Mazhab Hanafi, akad tidak mesti diikrarkan secara simbolik. Syarat ‘*an taradhin* sudah terpenuhi ketika memilih barang (Hasan, 2014:229).

Gambar 1 Nota Toko Bangunan



Sebagaimana gambar 1 adalah nota dari toko Pondok Bangunan H. Ma'mun yang terdapat kata-kata “Jual Seadanya” sebagaimana ditunjukkan tanda panah. Dengan demikian, nota tersebut selain mencantumkan daftar barang yang dibeli berikut harga, ketentuan pembayaran, serta stempel toko dan setempel pembayaran telah lunas, juga berusaha menegakkan akad berupa ijab kepada pembeli, sedangkan pembeli tidak memiliki kuasa untuk menjawab secara tertulis “tukar seadanya”. Upaya penulisan tersebut barangkali

mengantisipasi akad tidak sempurna, sebab pembeli hanya berhadapan dengan kasir di tengah kesibukannya melayani banyak pembeli. Fakta lain, penulis menemukan bahwa dalam keadaan normal yakni akad bisa dilakukan sempurna, para pemilik toko masih mencantumkan hal yang sama seperti pada gambar 1 di atas. Berikut ini contoh tanda bukti pembayaran yang disertai pernyataan "jual" dari pemilik toko.

Gambar 2 Nota Toko Roti dan Pembuat Stempel



Dua lembar nota sebagaimana gambar 2 menunjukkan upaya penjual atau pemilik toko untuk mencantumkan tulisan “DI JUAL SE ADANYA” pada toko roti, sedangkan pada nota yang dikeluarkan pembuat stempel dengan membuat stempel khusus yang bertuliskan “LUNAS Jual Seadanya”. Fenomena nota, kuitansi pembayaran atau *billing* yang mencantumkan kata “Jual Seadanya” merupakan terobosan dari pedagang Banjar agar akad tetap berlangsung dan dalam ketentuan agama ada cara yang mendekati hal tersebut bahwa pilihan untuk melakukan akad shigad akad dengan tulisan ini muncul dari kenyataan bahwa para pihak yang ingin melakukan sebuah transaksi berada pada tempat yang saling berjauhan, tidak pada satu tempat (satu majelis), sehingga komunikasi transaksi sangat sulit untuk dilakukan (Rusdiyah, Muttaqin, & Sa'adah, 2005:201-202).

F. Atas Nama “Seadanya”

Berdasarkan paparan pada sub makalah ini, jelaslah bahwa praktek dagang orang Banjar menunjukkan proses yang tidak mudah sebelum sampai kepada akad. Proses ini yang harus ditempuh untuk tujuan bersama pelaku pasar yakni penjual dan pembeli untuk mendapatkan barang bagi pembeli sedangkan bagi penjual adalah menghasilkan uang dan keuntungan dari penjualan barang tersebut. Meskipun demikian, sebagaimana Levi-Strauss manusia tidak dapat hidup dalam kekacauan (*chaos*). Ia membutuhkan keteraturan, karena itu ia selalu membuat aturan-aturan untuk perilaku. Selain itu, manusia juga ‘menempelkan’ ketertataan (*order*) pada kenyataan yang dilihatnya dengan cara melakukan klasifikasi (Ahimsa-Putra, 2003:24). Dalam perilaku transaksional sebelum akad ini, penulis menemukan pola yang menjadi jembatan mencapai persetujuan jual beli yakni akad sebagai bentuk ketertataan.

Transformasi Dari Transaksi Hingga Akad

Pelaku Pasar	Perilaku Transaksional	Kesepakatan	Tujuan
Penjual	:: “Carika Lain”:	“Dingsanak”	:: “Juallah” Akad (lisan Kepuasan dan tulisan)
Pembeli	:: “Umai Larangnya”	: “Langganan”	:: “Tukarlah”

Dari perilaku transaksional penjual dan pembeli tersebut menunjukkan hubungan ekonomi dalam perdagangan berlangsung secara personal dalam bentuk dua pola. Pola pertama, pelaku pasar menunjukkan pertentangan demi mencapai keinginan yang sama dengan sudut pandang berbeda yakni terdapat keinginan untuk menjual dan membeli pada satu obyek yang sama. Namun kedua belah pihak saling menunjukkan ego masing-masing sehingga yang terjadi ketidakharmonisan. Pola kedua, pola transaksi adalah personal ekonomi dengan cara menghindari pertentangan dan berusaha menyatukan melalui relasi *badingsanak* (keluarga) dan langganan. Kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli berusaha menunjukkan hubungan personal dengan harga tercapai kesepakatan harga. Muara dari perilaku transaksional ini adalah akad jual beli yang di dalamnya terdapat nilai kearifan orang Banjar yakni mencantumkan kata “seadanya”. Hal ini menurut Zulfa Zamalie bertujuan untuk menghindari penipuan, atau upaya mengembalikan barang yang telah dibeli (Zulfa, 2016). Bagi Nurhadi, yang pernah menjadi penjual sepeda motor di kota Banjarmasin, ia merasa perlu menyampaikan kata “seadanya” dalam akad oleh karena status sepeda motor *seken* (*second*) bisa saja setelah diserahkan oleh penjual ke pembeli keadaannya menjadi tidak stabil. Selain itu, menurutnya, kata “seadanya” melindungi dia dari kekecewaan pembeli. Apalagi sewaktu-waktu pembeli dapat kembali untuk membeli sepeda motor (Nurhadi, 2016).

Dengan demikian, kata “seadanya” dalam akad mengikat kedua belah pihak untuk saling merelakan, sebab dimensi perijinan atau kerelaan merupakan substansi dari sebuah akad yang dijalin sedangkan ungkapan yang

diwujudkan dengan ijab kabul adalah sarana atau penanda adanya kerelaan itu (Rusdiyah, Muttaqin, & Sa'adah, 2005:199). Selain kerelaan, unsur “seadanya” mendorong kedua belah pihak kepada kepuasan dalam menjalankan praktek jual beli (Zulfa, 2016) karena dengan meyakini adanya kepuasan yang didapatkan pembeli, bagi pedagang adalah sarana pencapaian bahwa usaha tersebut mencapai keberkahan.

G. Kesimpulan Dan Saran

1. Kesimpulan

Pertama, akad antara penjual dan pembeli menunjukkan perdagangan bukan hanya sekedar persoalan ekonomi belaka. Akad jual beli adalah momentum kesepakatan kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli setelah mereka melewati transaksi yang alot. Dalam hal ini akad jual beli bukan sekedar manifestasi praktek beragama bagi orang Banjar, tetapi menjadi ciri khas religiusitas orang Banjar.

Kedua, jika dalam pasar modern melayani konsumen agar merasa nyaman, aman, dan senang dalam lingkungan yang mereka anggap “normal”, menghabiskan lebih banya waktu di pusat perbelanjaan, yang merupakan tempat di mana sebagian besar lanskap dibuat bertingkat dan akibatnya, peluang untuk membeli meningkat (Villarino, 2011:31). Sebaliknya di pasar tradisional yang sering berlangsung akad adalah menyambung kembali atau menormalisasi hubungan penjual dan pembeli pasca-transaksi sehingga sangat memungkinkan akan terulang lagi transaksi dengan penjual dan pembeli yang sama.

Ketiga, akad jual beli di satu sisi adalah manifestasi dari *hablumminannas*, antar penjual dan pembeli, sedangkan akad juga berarti *hablumminallah*, sebab akad membawa perasaan kerelaan kedua belah pihak serta menimbulkan rasa puas. Bagi orang Banjar, kerelaan dan kepuasan itu bertujuan mencapai keberkahan dari Tuhan, sehingga usaha dagang yang dilakukan niscaya mendapat keberuntungan yang disebut sebagai *bauntung* (beruntung) dan *batuah* (mendapat berkah).

Keempat, akad jual beli yang telah menjadi tradisi bagi orang Banjar ternyata menjelaskan bahwa implementasi ajaran agama Islam dalam perdagangan mampu mengembalikan ketidakteraturan dalam perilaku transaksional menjadi bentuk keteraturan. Dengan melakukan akad, sesungguhnya orang Banjar berupaya mengembalikan interaksi atau relasi yang mengalami ketegangan, penuh intrik, kepada keharmonisan.

2. Saran

Sebagai bagian akhir dari makalah ini, saran yang disajikan penulis adalah secara keilmuan bahwa penting untuk melanjutkan kajian untuk mencari jawaban kenapa praktek akad dalam jual beli sebagai tuntunan agama berhasil dilakukan secara maksimal pada orang Banjar dan kemudian memberikan pengaruh kepada orang lain yang menjadi pedagang di kawasan komunitas orang Banjar seperti kota Banjarmasin.

Saran bagi pemerintah daerah, seperti pemerintah kota Banjarmasin atau pemerintah propinsi Kalimantan Selatan agar mengeluarkan kebijakan untuk

mewajibkan atau menyarnkan bagi setiap pengeola toko, supermarket, minimarket, hingga mall untuk mencantumkan tulisan “jual seadanya” pada tanda bukti pembayaran (*billing*) untuk diserahkan kepada pembeli.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Irwan, 1988. *Pedagang Batik di Malioboro Perspektif Antropologi*. Yogyakarta: Pusat Penelitian dan Kependudukan Universitas Gadjah Mada.
- Ahimsa-Putra, H. S. 2003. "Dari Ekonomi Moral, Rasional, Ke Politik Usaha." Dalam H. S. Ahimsa-Putra (Penyunt.), *Ekonomi Moral, Rasional, dan Politik dalam Industri Kecil di Jawa* (hal. 1-60). Yogyakarta: Kepel Press.
- Alfisyah, 2005. *Agama dan Tingkah Laku Ekonomi Orang Banjar*. Tesis. Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- . (2008, Februari - April). "Dinamika Ekonomi dan Perkembangan Perdagangan Urang Banjar." *Kandil*(16).
- . 2013. "Adaptasi Dagang Orang Banjar." Dalam T. Arbain , & R. A. Banjari (Penyunt.), *Merawat Adat Memaknai Sejarah, Perkembangan dan Peradaban Adat Tradisi Banjar* (hal. 95-109). Banjarmasin: UPT Taman Budaya dan Pustaka Banua.
- Arbain, D. T. (2016, Juni 26). Pengalaman Berjualan di Pasar Blauran. (Nasrullah, Pewawancara)
- Arbain, Taufik. 2013. "Perang Banjar, Migrasi dan Penyebaran Dakwah Islam di Negeri Serumpun Melayu." Dalam *Merawat Adat Memaknai Sejarah, Perkembangan dan Peradaban Adat Tradisi Banjar* (hal. 15-39). Banjarmasin: UPT Taman Budaya Kalsel dan Pustaka Banua.
- Daud, Alfani. 1997. *Islam dan Masyarakat Banjar: Deskripsi dan Analisa Kebudayaan Banjar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Effendi, H. R. 2014. *Undang-undang Sultan Adam (Perspektif Linguistik Antropologi dan Hermeneutik)*. Pidato Guru Besar. Banjarmasin: Universitas Lambung Mangkurat.
- Geertz, Clifford. 1965. *Mojokuto Dinamika Sosial Sebuah Kota Di Jawa*. Jakarta: Pustaka Grafiti Pers.

- Hadi, Sumasno. (2015, April - Juni). "Studi Etika Ajaran-ajaran Moral Masyarakat Banjar." *Tashwir*, 3(6), 209-226.
- Hanafiah, HM. (2015, Mei). Akad Jual Beli Dalam Tradisi Pasar Terapung Masyarakat Banjar. *Al-Tahrir*, 15(1), 201 - 2017.
- Hasan, Ahmadi. (2014, Juli). "Prospek Pengembangan Ekonomi Syariah di Masyarakat Banjar Kalimantan Selatan." *Ahkam*, XIV(2), 225-232.
- Hasan, Nurhaidi. 2016. "Islam di Kota-kota Kelas Menengah Indonesia: Kelas Menengah, Gaya Hidup dan Demokrasi." Dalam G. v. Klinken, & W. Berenschot (Penyunt.), *In Search of Middle Indonesia Kelas Menengah di Kota-kota Menengah* (hal. 215-245). Jakarta: KITLV-Jakarta dan Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hasanah, Novi. (2010, Januari). "Dampak Kehadiran Plaza Ambarrukmo Terhadap Aktivitas Jual Beli di Pasar Tradisional Gowok Yogyakarta." *Jurnal Antar Budaya*(2), 65-79.
- Hendraswati. (2016, April). "Etos Kerja Pedagang Perempuan Pasar Terapung Lok Baintan di Sungai Martapura." *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 1(1), 97-115.
- Nurhadi. (2016, Juli 24). Akad Penjual Sepeda Motor Bekas. (Nurhadi, Pewawancara)
- Rosyadi, Ahmad. 2004. *Bertamu Ke Sekumpul Mereka yang Bertemu dengan KH Muhammad Zaini Abdul Ghani*. Yogyakarta: Lembaga Pengkajian Ilmu Pengetahuan dan Keislaman Kabupaten Banjar.
- Rusdiyah, H., Muttaqin, Z., & Sa'adah. (2005, Juli-Desember). Sighat Ijab Kabul Transaksi Jual Beli: Perspektif Ulama Kalimantan Selatan (Analisis Praktik Bermazhab di Kalimantan Selatan). *Al-Banjari*, 14(2), 194-210.
- Sairin, Sjairin., Semedi, Pujo., & Hudayana, Bambang. 2002. *Pengantar Antropologi Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syukur, Aswadie. 2003. "Ulama-Ulama Banjar dan Karyanya." Dalam *Khazanah Intelektual Islam Ulama Banjar* (hal. 1-11). Banjarmasin: Pustaka Pengkajian Islam Kalimantan IAIN Antasari .
- Villarino, R. R. 2011. *Konsumerisme* . Jakarta: Gramedia.
- Zulfa, J. (2016, Juli 21). Tujuan Kata "Seadanya" dalam Aqad. (Nasrullah, Pewawancara)

