

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai tinjauan prinsip keadilan dan kejujuran etika bisnis Islam terhadap diskriminasi harga barang berdasarkan bahasa pembeli, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik terjadinya diskriminasi harga barang di Pasa Ateh Bukittinggi karena faktor perbedaan bahasa masih ditemukan dalam kegiatan jual beli. Perbedaan harga karena faktor bahasa tersebut terjadi pada barang yang sama. Perbedaan harga karena perbedaan bahasa dialami oleh sebagian pembeli dengan selisih perbedaan harga yang bervariasi. Selain terjadi dalam proses tawar-menawar, perbedaan harga itu terjadi dalam proses tawar-menawar bahkan dirasakan pada waktu-waktu tertentu, seperti musim liburan dan akhir pekan. Praktik ini menimbulkan rasa kecewa bagi sebagian pembeli karena mereka merasa tidak memperoleh perlakuan yang sama dalam transaksi jual beli. Hal ini menimbulkan, tingkat ketidakpuasan dan ketidakpercayaan pembeli terhadap penjual bahkan menimbulkan kengganannya pembeli untuk kembali berbelanja di toko yang menerapkan praktik tersebut.
2. Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya diskriminasi harga barang karena perbedaan bahasa di Pasa Ateh Bukittinggi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu yang pertama dilihat dari sisi penjual yang menganggap pembeli yang menggunakan bahasa Indonesia sebagai pembeli luar daerah atau wisatawan yang belum mengetahui harga pasaran barang, sehingga harga yang ditawarkan sering kali lebih tinggi dibandingkan pembeli yang menggunakan bahasa Minang. Faktor kedua dilihat dari sisi pembeli, yaitu pembeli yang menggunakan bahasa Indonesia dengan logat daerah. Selain itu,

kemampuan pembeli dalam melakukan tawar-menawar suatu barang juga menjadi pertimbangan dalam penentuan harga.

3. Ditinjau dari etika bisnis Islam, praktik diskriminasi harga barang karena adanya perbedaan bahasa pembeli belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip keadilan dan kejujuran. Prinsip keadilan mengajarkan bahwa penjual harus memberikan perlakuan yang sama kepada setiap pembeli tanpa membedakan harga secara tidak wajar, sedangkan prinsip kejujuran mengharuskan penjual bersikap terbuka dan tidak memanfaatkan ketidaktahuan pembeli untuk memperoleh keuntungan yang berlebihan. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat penjual yang menjadikan bahasa dan asal daerah pembeli sebagai pertimbangan dalam menentukan harga. Kondisi tersebut menyebabkan terjadinya diskriminasi harga terhadap barang yang sama dan menimbulkan persepsi ketidakadilan di kalangan pembeli. Oleh karena itu, penjual di Pasa Ateh Bukittinggi perlu lebih menerapkan prinsip keadilan dan kejujuran dalam menentukan harga agar tercipta transaksi yang sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam serta dapat menjaga kepercayaan, kenyamanan, dan hubungan baik antara penjual dan pembeli.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Penjual di Pasa Ateh Bukittinggi

Penjual hendaknya menerapkan prinsip keadilan dan kejujuran dalam menentukan harga barang kepada seluruh pembeli tanpa membedakan bahasa maupun asal daerah pembeli. Penjual juga diharapkan dapat memberikan harga yang wajar dan sesuai dengan kualitas barang yang dijual sehingga tidak menimbulkan rasa kecewa maupun ketidakpercayaan dari pembeli. Dengan menerapkan prinsip-

prinsip etika bisnis Islam, hubungan yang baik antara penjual dan pembeli dapat terjalin serta kepercayaan pembeli dapat terus terjaga.

2. Bagi Pembeli

Pembeli diharapkan lebih aktif dalam mencari informasi mengenai harga pasaran barang sebelum melakukan pembelian, terutama ketika berbelanja di kawasan wisata. Pembeli juga diharapkan lebih berani melakukan tawar-menawar secara wajar agar memperoleh harga yang sesuai dengan kondisi pasar. Selain itu, pembeli perlu meningkatkan pemahaman mengenai hak-haknya sebagai konsumen sehingga dapat lebih bijak dalam melakukan transaksi dan terhindar dari praktik diskriminasi harga yang merugikan.

3. Bagi Pengelola Pasar dan Pemerintah Daerah

Pengelola pasar dan pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan pembinaan dan sosialisasi kepada para pedagang mengenai pentingnya penerapan etika bisnis Islam, khususnya prinsip keadilan dan kejujuran dalam berdagang. Selain itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan transparansi harga, misalnya dengan mencantumkan label harga pada barang dagangan, sehingga dapat meminimalisir terjadinya diskriminasi harga barang.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada praktik diskriminasi harga barang yang disebabkan oleh perbedaan bahasa di Pasa Ateh Bukittinggi. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan cakupan yang lebih luas, baik dari segi lokasi penelitian, maupun aspek kajian yang digunakan. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi perbedaan harga dalam transaksi jual beli serta memperdalam analisis berdasarkan perspektif hukum ekonomi syariah dan etika bisnis Islam. sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim. 2007. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ahmad, Mustaq. 2001. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar.
- Andriani, Marifta Nika, Ali Mukti. 2013. *Kajian Eksistensi Pasar Tradisioal*. Jurnal Teknik PWK. Vol 2, No 2.
- Aravik, Havis, dkk. 2023. *Pengantar Bisnis Islam*. Jakarta: Kencana.
- Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Al Arif, M. Nur Rianto dan Euis Amalia. 2010. *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik Kota Bukittinggi. 2025. *Kota Bukittinggi Dalam Angka*. Vol. 26.
- Badreoen, Faisal. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Darmawati. 2020. *Etika Bisni Islam*. Palembang: Bening media Publishing.
- Darsana, I Made, dkk. 2023. *Strategi Pemasaran*. Bandung : INFES MEDIA.
- Dinas Pengelolaan Pasar kota Bukittinggi. 2015. *Profil Pasar Atas, Pasar Bawah dan Pasar Simpang Aur Kota Bukittinggi*.
- Djakfar, Muhammad. 2008. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Malang : UIN Malang Press.
- Djakfar, Muhammad. 2019. *Etika Bisnis dalam Paradigma Spiritualitas dan Kearifan Lokal*. Malang: UIN Maliki press.
- Freddy, Rangkuti. 2004. *Flexible Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Uatama.
- Hashim. Muhammad Ali Haji. 2005. *Bisnis Satu Cabang Jihat*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Hendri, Novi. 2018. *Aktualisasi Kerukunan Hidup Antar Umat Beragama di Kota Bukittinggi*. Bukittinggi: IAIN Bukittinggi.
- Masykuroh, Ely. 2018. *Teori Ekonomi Islam Mikro Islam*. Ponogoro: CV Nata Karya.
- Nurmadiansyah, Muhammad Toriq. 2021. *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Praktek*. Yogyakarta: CV Cakrawala Media Pustaka.
- Pandowo, Aditya, dkk. 2023. *Manajemen Pemasaran*. Pasuruan: CV Basya Media Utama.
- al-Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

Sandra, Yulia, dkk. 2018. *Strategi Adaptasi Pedagang Pasa Ateh Bukittinggi*. Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan. Vol 1, No 4.

Sudaryono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta; Kencana devisi dari Prenadamedia Group.

Susminingsih. 2020. *Etika Bisnis Islam*. Pekalongan : PT Nasya Expanding Management.

Syafaruddin, Sari Utami. 2019. *Islam dan Pasar Tradisional*. Yogyakarta : TrustMedia Puplishing.

Taimiyah, Ibn. 1963. *Majmu' al-Fatawa*. Riyadh: Al-Riyad Press.

Web Kota Bukittinggi. <https://www.bukittinggikota.go.id/>

Wikipedia. [https://id.wikipedia.org/wiki/Kota Bukittinggi](https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Bukittinggi)

az- Zuhaili, Wahbah. 2007. *Fikih Islam wa Adillatuhu jilid 5*. Jakarta : Gema Insani