

PENGARUH TADLIS TERHADAP PENJUALAN DI TOKO BAJU DESA KAMPAK BANGKALAN

¹Dewi Hidayati, ²Yuliati, ³Rahmat

¹IAI Syaichona Mohammad Cholil
dewi.mdr99@gmail.com

²IAI Syaichona Mohammad Cholil
yuliati@gmail.com

³IAI Syaichona Mohammad Cholil
Rahmatullah.albaweany@gmail.com

ABSTRAK

Tadlis yaitu menyembunyikan objek kecacatan barang yang dilakukan oleh penjual terhadap pembeli. Penjualan merupakan syarat mutlak keberlangsungan suatu usaha, karena dengan penjualan maka akan didapatkan keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dan bagaimana pengaruh *tadlis* terhadap penjualan baju di toko Desa Kampak Kecamatan Geger Bangkalan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dengan populasi sebanyak 21 produsen. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan sampel jenuh karena populasinya dibawah 30. Teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner sebanyak 20 item pernyataan dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data untuk menjawab hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini diperoleh nilai T hitung 7,075 dan T tabel sebesar 2,093 dan nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,5$. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikansi antara *tadlis* terhadap penjualan baju. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 72,5% Artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel *tadlis* (X) terhadap penjualan baju (Y). Faktor penyebab terjadinya *tadlis* yaitu lemahnya iman dapat menyebabkan seseorang melakukan kecurangan atau melakukan penipuan pada saat melakukan transaksi jual beli. Selain itu juga karena adanya kesempatan, ambisi, tidak qanaah dan ridha terhadap pemberian Allah SWT.

Kata Kunci: *Ekonomi Islam, Tadlis dan Penjualan.*

A. Pendahuluan

Kegiatan bisnis atau usaha merupakan aspek yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia dan telah dikenal luas oleh berbagai lapisan masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, aktivitas bisnis tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia, tetapi juga sebagai sarana memperoleh pendapatan, membuka lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan sosial. Bisnis mencakup proses produksi dan distribusi barang, yang dalam praktiknya memerlukan integritas dan kepercayaan antara penjual dan pembeli.

Islam, sebagai agama yang komprehensif, memberikan pedoman yang jelas dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis dan melakukan transaksi ekonomi. Islam mengajarkan pentingnya menjalankan usaha dengan niat yang ikhlas dan transaksi yang sesuai dengan syariat, sebagaimana dinyatakan oleh Hasan¹ bahwa keberkahan hidup hanya dapat diperoleh melalui dua hal tersebut. Etika dalam Islam bukan hanya nilai moral, tetapi juga merupakan bagian dari hukum syariah yang mengikat umatnya agar menjalankan muamalah secara adil, jujur, dan transparan.

Saat ini, kita sering menjumpai para pelaku bisnis yang bersikap amoral dalam persaingan usaha. Hal ini dilakukan demi menghindari kerugian dan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Dalam dunia bisnis, ada anggapan bahwa "bisnis adalah bisnis", sehingga mereka tidak peduli dengan cara atau etika yang digunakan selama tujuan untuk meraih keuntungan tercapai. Sikap seperti ini tidak sejalan dengan ajaran agama Islam yang menekankan pentingnya manfaat yang luas dalam kegiatan ekonomi, menjunjung prinsip keadilan, serta mengedepankan etika dan kepatuhan hukum dalam berbisnis.²

¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, 2nd ed. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).

² Antoni Antoni, "ETIKA DAN BISNIS PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM," *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1 (July 2019): 1-18, <https://doi.org/10.33650/profit.v2i1.550>.

Islam mewajibkan umatnya untuk menjadi orang yang jujur dan amanah dalam semua hal, agar dapat menjadi manusia yang bisa dipercaya. Salah satu jenis kecurangan dalam Islam dikenal dengan istilah *tadlis*. Yang di maksud *tadlis* yaitu menyembunyikan objek kecacatan barang yang dilakukan oleh penjual terhadap pembeli. *Tadlis* dalam islam ada empat yaitu : *Tadlis kualitas*, *Tadlis kuantitas*, *Tadlis harga* dan *Tadlis waktu penyerahan*.³

Kondisi pasar yang seimbang ketika penjual dan pembeli memiliki informasi yang setara mengenai barang yang akan ditransaksikan. Jika satu pihak tidak mengetahui informasi tentang yang sama tentang barang yang ditransaksikan, maka satu pihak tersebut akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan. Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-An'am ayat 152 secara tegas melarang adanya unsur penipuan dalam transaksi bisnis dalam bentuk apapun.⁴

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا فُرْجَةٍ وَبِعَهْدِ اللَّهِ

أَوْفُوا ذِلِكُمْ وَصُكْمٌ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Atinya:.... " Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, lakukanlah secara adil sekalipun dia kerabat-mu). Penuhilah pula janji Allah. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengambil pelajaran."

Penelitian-penelitian sebelumnya banyak membahas tentang praktik *tadlis* dalam sektor-sektor tertentu. Penelitian oleh Tholib Alawi menemukan adanya *tadlis* dalam penjualan token listrik prabayar di Cimahi, di mana konsumen tidak menerima kWh sesuai nominal uang yang dibayarkan⁵ Penelitian lain oleh Wardana mengungkap adanya

³ Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Watamwil* (Bandung: Pustaka Setia, 2013).

⁴ Departemen Agama RI, *Al Qur'an Dan Terjemahan* (Jakarta: Duta Surya, 2011).

⁵ M Tholib Alawi, "ASPEK TADLIS PADA SISTEM JUAL BELI: Analisis Pada Praktik Jual Beli Pulsa Listrik (Token) Prabayar," 2017.

tadlis dalam penjualan hasil perikanan di Banda Aceh melalui penggunaan formalin dan es untuk menambah berat ikan secara tidak jujur.⁶ Sementara itu, Istigfarin menemukan tadlis dalam penjualan keripik sukun di Jember dengan mengurangi takaran dan menyembunyikan penggunaan pemanis buatan.⁷

Penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti praktik *tadlis* dalam sektor jasa dan makanan, seperti jual beli token listrik, hasil perikanan, dan makanan ringan. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada praktik *tadlis* dalam penjualan pakaian di toko tradisional desa, yang masih jarang diteliti. Penelitian ini juga mengkaji dampak *tadlis* secara langsung terhadap penurunan atau peningkatan volume penjualan, yang menjadikannya memiliki pendekatan kuantitatif yang berbeda dari penelitian terdahulu yang umumnya bersifat deskriptif..

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: Apakah ada pengaruh Tadlis terhadap Penjualan Baju di Toko Desa Kampak Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan?. Bagaimana Pengaruh Tadlis terhadap Penjualan Baju di Toko Desa Kampak Kecamatan Geger Bangkalan?

B. Pembahasan

1. *Tadlis*

a. Pengertian *Tadlis*

Tadlis merupakan bentuk penipuan yang tidak hanya dikenal dalam ekonomi Islam, tetapi juga ditemukan dalam sistem ekonomi konvensional. Dalam konteks investasi, *tadlis* (penipuan) terjadi ketika informasi yang disampaikan dalam transaksi bisnis tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya di lapangan.⁸

⁶ Kufyatul Wardana, "Bentuk Tadlis Dalam Jual Beli Pada Hasil Perikanan Di TPI Lampulo Banda Aceh. Skripsi" (Banda Aceh, 2018).

⁷ Amalia Izza Fidza Laily Istigfarin, "ANALISIS PRAKTEK TADLIS DALAM PENJUALAN KRIPIK SUKUN DI DUSUN KEDUNG NILO DESA KARANG SEMANDING KECAMATAN BALUNG KABUPATEN JEMBER SKRIPSI" (Jember, 2020).

⁸ M. Nadratuzzaman Husen, *Gerakan 3H Ekonomi Syariah* (Jakarta: PKES, 2007).

Tadlis sering juga disebut dengan penjualan curang (*misrepresentation*). Perbuatan curang yaitu tindakan menyampaikan informasi yang menyesatkan oleh salah satu pihak dalam transaksi sebelum kesepakatan terjadi, dengan tujuan memengaruhi pihak lain agar menerima perjanjian tersebut. Adapun perbuatan tersebut bisa mempengaruhi orang lain, sehingga mereka rela mengikuti keinginan pelaku kecurangan. Dalam syariat Islam, melakukan tipu daya dan kecurangan dalam investasi sangat dilarang, karena investasi yang didasarkan pada penipuan dianggap tidak sah secara hukum.⁹

b. Bentuk-Bentuk Manipulasi *Tadlis*

1) Misleading Information

Misleading information merujuk pada tindakan menyampaikan pernyataan atau informasi yang secara substansial tidak akurat atau menipu, yang dapat menimbulkan dampak merugikan terhadap pergerakan harga efek di pasar modal.¹⁰

2) Front running

Front running adalah praktik anggota bursa yang memanfaatkan informasi transaksi besar nasabah untuk bertindak lebih dulu demi mendapatkan keuntungan atau mengurangi kerugian.

c. Macam-Macam *Tadlis*

Jenis *tadlis* yang umum terjadi di lingkungan masyarakat sekarang meliputi empat aspek yaitu pertama *tadlis* dari segi kuantitas, kualitas, harga dan waktu terkait penyerahan.¹¹

1) Tadlis secara kuantitas

Tadlis dalam kuantitas yaitu kegiatan menjual barang dengan jumlah yang sedikit namun dengan harga yang banyak. Misalnya, dalam transaksi penjualan pakaian dalam jumlah besar, seperti satu

⁹ Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017).

¹⁰ Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, 5th ed. (Jakarta: Rajawali Press, 2016).

¹¹ Karim.

kontainer penuh, penjual memanfaatkan ketidakmungkinan pembeli untuk menghitung barang satu per satu. Dengan alasan itu, penjual melakukan kecurangan dengan mengirimkan jumlah barang yang lebih sedikit dari yang telah disepakati.

2) Tadlis secara kualitas

Tadlis dalam kualitas yaitu kegiatan menjual barang dengan kualitas yang bagus dengan dengan kualitas yang buruk yang mana dalam hal ini tidak sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli.

3) Tadlis secara harga (Ghaban)

Tadlis secara harga yaitu kegiatan menjual barang dengan harga yang lebih rendah atau tinggi dibandingkan dengan harga yang ada dipasar karena ketidak tahanan pembeli atau penjual.

4) Tadlis terkait waktu penyerahan

Serupa dengan tadlis dalam hal kuantitas, kualitas, dan harga, tadlis yang berkaitan dengan waktu penyerahan juga dilarang. Contohnya adalah ketika penjual mengetahui bahwa ia tidak akan mampu menyerahkan barang tepat sesuai waktu yang dijanjikan, namun ia sudah berjanji akan menyerahkan barang pada waktu yang telah dijanjikan.

d. Faktor-faktor Penyebab Terjadinya Tadlis

Perbuatan penipuan biasanya tidak akan terjadi begitu saja, ada banyak faktor dan memicu seseorang sehingga melakukan perbuatan tersebut diantaranya seperti:¹²

- 1) Lemahnya iman, yaitu mempunyai sedikit rasa takut kepada Allah Swt serta kurangnya keyakinan bahwa kapan, dimanapun, dan dimana saja Allah Swt selalu mengawasi tingkah laku serta perbuatan yang dilakukan.
- 2) Kesempatan , yaitu kondisi yang memberikan peluang atau mendukung terjadinya tindakan penipuan.

¹² Karim.

- 3) Ambisi yakni keinginan kuat untuk meraih kekayaan sebanyak mungkin dengan segala cara, yang terpenting adalah memperoleh keuntungan besar, meskipun harus menanggung dosa yang suatu saat akan dimintai pertanggungjawaban.
- 4) Tidak qanaah dan ridha dengan pemberian Allah Swt. Ketiadaan hukum yang tegas dan efektif guna memberikan efek jera bagi pelaku kecurangan.

2. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan menjadi faktor utama dalam menjaga keberlangsungan suatu usaha, sebab dengan adanya penjualan maka akan didapatkan keuntungan. karena melalui penjualanlah keuntungan dapat diperoleh. Semakin besar volume penjualan, semakin optimal pula keuntungan yang bisa diraih. Oleh karena itu, dibutuhkan berbagai upaya untuk menarik minat konsumen dan membangun loyalitas mereka terhadap unit usaha tersebut.

Penjualan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dalam ranah sosial dan manajerial yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka melalui kegiatan penciptaan, distribusi, dan pertukaran produk yang memiliki nilai ekonomis.¹³ Menurut Swastha penjualan merupakan Aktivitas yang mencakup transaksi barang atau jasa antara penjual dan pembeli dengan tujuan memperoleh keuntungan bagi perusahaan.¹⁴ Dengan adanya aktivitas penjualan, terjadi suatu mekanisme pertukaran barang atau jasa antara pihak penjual dan pembeli. Melalui penggunaan uang sebagai alat tukar, masyarakat dapat lebih mudah memenuhi kebutuhannya, dan transaksi penjualan pun menjadi lebih praktis untuk dilakukan¹⁵.

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, 13th ed. (Jaka: Erlangga, 2010).

¹⁴ Basu Swastha Dharmesta, *Manajemen Pemasaran*, 3rd ed. (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2022).

¹⁵ Fauziyah Fauziyah and Rahmat, "PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH DI BANK MUAMALAT," *Al-Hukmi : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan*

b. Konsep Penjualan

Konsep ini beranggapan bahwa pada umumnya konsumen cenderung bersikap pasif atau enggan melakukan pembelian, sehingga mereka perlu diberikan dorongan atau rangsangan agar mau membeli¹⁶. Konsep ini beranggapan bahwa perusahaan memiliki berbagai strategi penjualan dan promosi yang efektif untuk mendorong peningkatan pembelian dari konsumen. Menurut Kotler konsep penjualan didasarkan pada keyakinan bahwa baik konsumen maupun pelaku usaha, jika tidak diberi dorongan, cenderung tidak akan membeli produk dalam jumlah yang mencukupi dari suatu perusahaan.¹⁷ Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan upaya penjualan dan promosi secara aktif dan intensif guna mendorong terjadinya pembelian.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Saat melakukan penjualan barang atau jasa, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan¹⁸ :

1) Kondisi dan Kemampuan Penjual

Dalam jual beli, penjual harus meyakinkan pembeli agar transaksi terjadi. Untuk itu, penjual perlu memperhatikan lokasi, suasana toko, cara pembayaran, dan promosi, karena hal ini menjadi pertimbangan pembeli. Manajer juga harus mengatur jumlah dan karakter tenaga penjualan agar pembeli tidak kecewa. Penjual yang baik sebaiknya memiliki sifat spontan, pandai bergaul dan berbicara, jujur, sehat, serta menguasai teknik penjualan.

2) Kondisi Pasar

Pasar merupakan tempat terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli. Sebagai tempat utama untuk menawarkan produk, penjual perlu memperhatikan kondisi pasar, seperti jenis pasar (konsumen,

Keluarga Islam 5, no. 2 (January 28, 2024): 110–23,
<https://doi.org/10.35316/ALHUKMI.V5I2.5876>.

¹⁶ Rahmat, "Jual Beli Hamster Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Journal of Economic and Islamic Research* 1, no. 01 (November 27, 2022): 44–62,
<https://doi.org/10.62730/JOURNALOFECONOMICANDISLAMICRESEARCH.V1I01.29>.

¹⁷ Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*.

¹⁸ Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran*.

industri, pemerintah, internasional), karakteristik barang, harga, dan kelengkapan produk..

3) Modal

Penjual perlu modal untuk mengenalkan produknya, seperti biaya transportasi, tempat pameran, dan promosi agar pembeli dapat mengenal produk tersebut.

4) Kondisi Organisasi perusahaan

Perusahaan besar biasanya memiliki tim khusus untuk penjualan, sementara perusahaan kecil sering mengandalkan pimpinan atau staf yang juga menangani tugas lain karena keterbatasan sumber daya.

C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua penjual baju di toko Baju di Desa Kampak Geger Bangkalan Tahun 2024, yaitu sebanyak 21 responden. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode sensus atau sampel jenuh. Sampel jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30, atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.¹⁹ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada responden yaitu semua penjual baju yang ada di toko Desa Kampak Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan.

Berdasarkan data yang diperoleh teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dianalisis secara deskriptif dan statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan distribusi jawaban responden dalam bentuk tabel dan persentase. Analisis statistik menggunakan uji regresi linear sederhana, uji korelasi

¹⁹ Sugiyono, "Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Sugiyono. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D (22nd Ed.). Alfabeta. R&D," Bandung: Cv. Alfabeta, 2019, 15.

Pearson, uji t dan koefisien determinasi. Perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah data adalah *IBM SPSS Statistics versi 25*.

1. Pengaruh *Tadlis* Terhadap Penjualan Baju Di Toko Desa Kampak Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan model regresi linier sederhana, dimana dalam hal analisis regresi tersebut akan menguji pengelolaan data dengan menggunakan bantuan program *IBM SPSS Statistics 25* berdasarkan data-data yang diperoleh dari 21 responden .

Hasil analisis data dengan menggunakan komputer program *IBM SPSS Statistics 25* diperoleh penghitungan sebagai berikut:

Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Standardized Coefficients		
1	(Constant) 32.371	7.364			4.396	.000
)					
	TADLIS 1.546	.218	.851		7.075	.000

i. Dependent Variable: PENJUALAN
BAJU

Berdasarkan hasil regresi linear sederhana pada tabel di atas maka diperoleh koefisien untuk variabel X 1.46 dan konstanta sebesar 32.371 sehingga model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$X = 0,1.57$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 32.371 + 1.546 X$$

Dimana :

a = Constanta

b = Pengaruh *Tadlis*

Y = Penjualan Baju

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dilihat bahwa variabel *Tadlis* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penjualan baju di toko Desa Kampak Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan.

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 32.371 artinya jika *Tadlis* (X) nilainya adalah 0, maka variabel penjualan baju (Y) mengalami peningkatan.
- b. Koefisien regresi persepsi strategi *Tadlis* (X) dari perhitungan linier sederhana di dapatkan nilai *coefficients* (b) = 1.546. Hal ini berarti ada pengaruh *tadlis* (X), maka penjualan baju akan meningkat dengan asumsi variabel independen dianggap konstanta. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Tabel 1. Hasil uji T

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	32.371	7.364	4.396	.000
	TADLIS	1.546	.218	.851	7.075

a. Dependent Variable: PENJUALAN BAJU

Berdasarkan hasil data uji t hitung sebesar 7.075 sedangkan T tabel 2,093 yang lebih kecil dibanding T hitung. Artinya terdapat pengaruh antara variabel *tadlis* (X) terhadap variabel penjualan baju (Y).

Pada bidang mu'amalah semua jenis transaksi boleh dilakukan kecuali yang diharamkan. Setiap transaksi yang dilakukan dalam islam harus berdasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak yaitu sama-sama ridha. Dan mereka juga harus memiliki informasi yang sama tentang barang yang diperjual belikan sehingga ketika melakukan transaksi tidak ada pihak yang merasa dirugikan atau dicurangi karena dari salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain.

Bentuk *tadlis* yang sering terjadi di lingkungan masyarakat sekarang yaitu terdiri dari empat hal yang pertama *tadlis* dari segi kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan.²⁰

1) *Tadlis* secara kuantitas

Tadlis dalam kuantitas yaitu kegiatan menjual barang dengan jumlah yang sedikit namun dengan harga yang banyak. Contohnya seperti menjual baju satu countainer. Karena jumlah banyak dan tidak mungkin untuk menghitung satu persatu, Karena jumlah banyak dan tidak mungkin untuk menghitung satu persatu, penjual berusaha melakukan penipuan dengan mengurangi jumlah barang yang dikirim kepada pembeli.

Tadlis secara kuantitas adalah penjual mengurangi (taksiran) takaran barang yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Pengurangan takaran dalam hal ini hanya diketahui oleh penjual saja.

2) *Tadlis* secara kualitas

Tadlis dalam kualitas yaitu kegiatan menjual barang dengan harga kualitas yang bagus tapi barang memiliki kualitas yang buruk yang mana dalam hal ini tidak sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli.

Tadlis secara kualitas adalah pihak penjual mengetahui bahwa barang yang dijual memiliki kerusakan atau cacat yang diketahui pemebeli, maka harga jual barang akan berkurang sesuai dengan nilai barang yang sebenarnya.

3) *Tadlis* secara harga (*Ghaban*)

Tadlis secara harga yaitu kegiatan menjual barang dengan harga yang lebih rendah atau tinggi dibandingkan dengan harga yang ada dipasar karena ketidak tahuhan pembeli atau penjual. Dalam fiqh disebut *ghaban*. Meskipun kedua pihak rela sama rela, namun hal ini dilarang karena kerelaan si musafir bukan kerelaan yang sebenarnya, ia rela dalam keadaan tertipu.

²⁰ Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islam* (Depok: PT. Rajagrafindo, 2017).

Praktek *tadlis* pada harga dilakukan penjual dengan memanfaatkan ketidak tahuhan pembeli tentang harga pasar, sehingga penjual dapat menjual produknya dengan harga yang tinggi.

4) *Tadlis* dalam waktu penyerahan

Sama seperti juga pada *tadlis* (penipuan) dalam kuantitas, kualitas, dan harga, *tadlis* dalam waktu penyerahan juga dilarang. Praktek *tadlis* pada waktu penyerahan dilakukan oleh penjual dengan menutupi kemampuannya dalam menyerahkan barang kepada pembeli yang sebenarnya lebih lambat dari yang telah dijanjikan. Kondisi ini juga bertentangan dengan prinsip kerelaan dalam muamalah.

Praktek *tadlis* banyak dilakukan oleh para pedagang muslim. Meskipun mereka mengetahui bahwa itu salah dan merupakan salah satu bentuk penipuan tapi tetap saja mereka melakukan perbuatan tersebut untuk mendapatkan keuntungan dan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan kuesioner yang diisi oleh responden penjual baju di toko menyatakan bahwa *tadlis* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penjualan.

2. Bagaimana Pengaruh *Tadlis* Terhadap Penjualan Baju Di Toko Desa Kampak Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan

Hasil Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Model Summary^b

		Adjusted R Square	R Std. Error of the Estimate
Model	R	R Square	
1	.851 ^a	.725	.710

a. Predictors: (Constant), TADLIS

b. Dependent Variable: PENJUALAN BAJU

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai koefisien R sebesar 0,851 yang mengandung arti bahwa hubungan variabel *tadlis* dengan

penjualan baju sebesar 0,851 atau mempunyai hubungan yang kuat. Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel dependennya yang dilihat melalui $R\ square$. Koefisien determinasi (R^2) antara variabel *tadlis* terhadap penjualan baju diperoleh nilai sebesar $r = 0,443$. Kontribusi yang di berikan variabel bebas terhadap varibel Y, $KP = (rx,y)^2 \times 100\% = (0,851)^2 \times 100\% = 72,5\%$ sedangkan selisihnya adalah $27,5\% (100\% - 72,5\%)$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diletiti dalam penelitian ini.

Hasil dari pengujian yang dilakukan berdasarkan kuesioner yang telah di isi oleh responden penjual baju yang ada di Desa Kampak Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan. Dari 21 orang jumlah responden yang diteliti mayoritas berkisar usia 40-51 tahun dengan 10 responden dan mayoritas lulusan SD/SMP. Cara untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara *tadlis* terhadap penjualan baju ditoko desa kampak kecamatan geger kabupaten bangkalan maka dilihat dari nilai koefisien determinasi ($R\ Square$) sebesar 0,725 yang mengandung pengertian bahwa variabel independen yaitu *tadlis* berpengaruh terhadap penjualan baju dengan memperoleh nilai sebesar 72,5%. Sisanya 27,5 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Islam mewajibkan umatnya untuk menjadi orang yang jujur dan amanah dalam semua hal, agar dapat menjadi manusia yang bisa dipercaya. Orang yang melakukan penipuan atau kelicikan tidak di anggap sebai umat islam yang sesungguhnya, walaupun dirinya mengatakan dia seorang muslim.

Perbuatan penipuan biasanya tidak akan terjadi begitu saja, ada banyak faktor dan memicu seseorang sehingga melakukan perbuatan tersebut diantaranya seperti:

a. Lemahnya iman

Lemahnya iman, yaitu mempunyai sedikit rasa takut kepada Allah SWT serta kurangnya kesadaran bahwa kapan, dimanapun, dan dimana saja Allah Swt selalu mengawasi tingkah laku serta perbuatan yang dilakukan.

Lemahnya iman dapat menjerumuskan kepada perbuatan penipuan dalam melakukan transaksi jual beli. Lemahnya iman dapat dengan mudah tergoda oleh bisikan syaitan sehingga dengan mudah terpengaruh dalam melakukan penipuan pada saat melakukan transaksi jual beli.

b. Kesempatan

Kesempatan, yaitu suatu keadaan yang memungkinkan (memberi peluang) atau keadaan yang sangat mendukung untuk terjadinya penipuan.

Ketika dalam keadaan yang terdesak dapat menyebabkan seseorang melakukan penipuan dalam melakukan transaksi jual beli. Juga dapat melakukan kecurangan atau penipuan ketika penjualan mengalami peningkatan.

c. Ambisi

Ambisi, yaitu mengumpulkan pundi-pundi harta kekayaan dengan berbagai macam cara. Yang penting untung besar, walaupun dengan menumpuk dosa-dosa yang kelak menuntut balas.

Untuk mendapatkan point reward saya melakukan kecurangan dalam melakukan peningkatan. Imbalan kerja (gaji, bonus serta tunjanagan) yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan sehingga saya melakukan kecurangan pada saat melakukan transaksi jual beli.

d. Tidak qanaah dan ridha dengan pemberian Allah Swt.

Tidak qanaah dan ridha dengan pemberian Allah Swt. karena tidak ada sistem hukum yang efektif untuk membuat jera para pelaku yang melakukan kecurangan dalam melakukan transaksi jual beli kecurangan.

Selalu merasa kurang puas dengan rezeki yang Allah SWT. sehingga melakukan perbuatan kecurangan dalam melakukan transaksi jual beli. Sering membandingkan pencapaian diri sendiri dengan pencapaian orang lain sehingga melakukan berbagai cara agar transaksi jual beli yang dilakukan terus menerus mengalami peningkatan.

Penjualan merupakan transaksi jual beli dengan jumlah barang terjual, dilakukan oleh para penjual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati dalam waktu tertentu atas dasar sama-sama ridha.

Dalam menjual barang atau jasa ada beberapa faktor yang harus diperhatikan menurut Swastha²¹:

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Pada prinsipnya transaksi jual beli melibatkan dua pihak, yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Tujuan utama dari penjualan adalah dapat meyakinkan pembelinya untuk melakukan transaksi pembelian, dengan demikian penjual dapat berhasil mencapai sasaran penjualan, untuk mencapai tujuan tersebut pihak penjual harus memahami beberapa masalah yaitu : lokasi, suasana toko, cara pembayaran,dan promosi.

b. Kondisi Pasar.

Kondisi pasar adalah tempat terjadinya transaksi jual beli, atau dengan kata lain tempat transaksi antara pihak penjual dan pihak pembeli, sebagai tempat tujuan utama pihak penjual untuk menawarkan produknya terhadap pihak pembeli, maka pihak penjual perlu memperhatikan kondisi pasar yaitu jenis dari pasar itu sendiri, apakah pasar konsumen, pasar industry, pasar penjualan, pasar pemerintah, pasar internasional, jenis dan karakteristik barang, harga produk dan kelengkapan barang.

c. Modal.

Pada awalnya pihak pembeli belum mengenal produk yang akan ditawarkan oleh penjual, oleh karena itu pihak penjual perlu melakukan usaha untuk memperkenalkan produknya. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan sarana usaha, seperti alat transportasi, tempat peragaan, biaya promosi dan sebagainya. Semua usaha ini dapat berjalan, jika pihak penjual memiliki modal yang diperlukan itu.

d. Kondisi Organisasi perusahaan

²¹ Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran*.

Pada dasarnya perusahaan besar besar akan melakukan pembagian fungsi-fungsi tersendiri dalam operasional usaha yang dilakukan, dengan kata lain setiap bagian akan ditangani oleh pihak yang ahli dibidang penjualan. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pengawasan operasional usahanya. Lain halnya dengan perusahaan kecil di mana masalah penjualan ditangani oleh orang yang melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan oleh jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasi lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi, serta sarana yang dimilikinya juga tidak selengkap perusahaan/besar. Biasanya masalah penjualan ditangani langsung oleh pimpinan dan tidak diserahkan pada orang lain.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan mengenai apakah ada pengaruh tадlis terhadap penjualan baju di Desa Kampek Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan maka dapat disimpulkan sebagai berikut: uji T diperoleh nilai T hitung $7,075 > T$ tabel $2,093$ yang lebih kecil dibanding T hitung, sedangkan nilai signifikansinya $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Artinya terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara Tадlis terhadap penjualan baju di Desa Kampek Kecamatan Geger Kabupaten Bangkalan. Pengaruh antara тадлис terhadap penjualan baju ditoko desa kampak kecamatan geger kabupaten bangkalan maka dilihat dari nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar $0,725$ yang mengandung pengertian bahwa variabel independen yaitu тадлис berpengaruh terhadap penjualan baju dengan memperoleh nilai sebesar $72,5\%$. Sisanya $27,5\%$ dipengaruhi oleh variabel lain. Faktor penyebab terjadinya тадлис yaitu lemahnya iman dapat menyebabkan seseorang melakukan kecurangan atau melakukan penipuan pada saat melakukan transaksi jual beli. Tidak hanya itu saja faktor yang lain yang menyebabkan seseorang melakukan perbuatan тадлис baik itu faktor secara internal maupun secara eksternal yaitu adanya kesempatan, ambisi, tidak qanaah dan ridha terhadap pemberian Allah SWT.

Referensi:

- Adiwarman. *Ekonomi Mikro Islam*. Depok: PT. Rajagrafindo, 2017.
- Antoni, Antoni. "ETIKA DAN BISNIS PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM." *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 2, no. 1 (July 2019): 1–18. <https://doi.org/10.33650/profit.v2i1.550>.
- Departemen Agama RI. *Al Qur' An Dan Terjemahan*. Jakarta: Duta Surya, 2011.
- Dharmmesta, Basu Swastha. *Manajemen Pemasaran*. 3rd ed. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2022.
- Fauziyah, Fauziyah, and Rahmat. "PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN MUDHARABAH DI BANK MUAMALAT." *Al-Hukmi : Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Dan Keluarga Islam* 5, no. 2 (January 28, 2024): 110–23. <https://doi.org/10.35316/ALHUKMI.V5I2.5876>.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. 2nd ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Husen, M. Nadratuzzaman. *Gerakan 3H Ekonomi Syariah*. Jakarta: PKES, 2007.
- Istigfarin, Amalia Izza Fidza Laily. "ANALISIS PRAKTEK TADLIS DALAM PENJUALAN KRIPIK SUKUN DI DUSUN KEDUNG NILO DESA KARANG SEMANDING KECAMATAN BALUNG KABUPATEN JEMBER SKRIPSI." Jember, 2020.
- Karim, Adiwarman A. *Ekonomi Mikro Islami*. 5th ed. Jakarta: Rajawali Press, 2016.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. 13th ed. Jaka: Erlangga, 2010.
- Manan, Abdul. *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017.
- Rahmat. "Jual Beli Hamster Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Journal of Economic and Islamic Research* 1, no. 01 (November 27, 2022): 44–62.

<https://doi.org/10.62730/JOURNALOFECONOMICANDISLAMICRESEARCH.V1I01.29>.

Ridwan, Ahmad Hasan. *Manajemen Baitul Mal Watamwil*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.

Sugiyono. "Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif , Dan Sugiyono. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif , Dan R&D (22nd Ed.). Alfabetika. R&D." *Bandung: Cv. Alfabetika*, 2019, 15.

Tholib Alawi, M. "ASPEK TADLIS PADA SISTEM JUAL BELI: Analisis Pada Praktik Jual Beli Pulsa Listrik (Token) Prabayar," 2017.

Wardana, Kufyatul. "Bentuk Tadlis Dalam Jual Beli Pada Hasil Perikanan Di TPI Lampulo Banda Aceh. Skripsi." Banda Aceh, 2018.