

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan jaman yang semakin maju serta laju perekonomian dunia yang semakin cepat, dan diberlakukannya sistem perdagangan bebas sehingga batas kita dan batas dunia akan semakin "kabur" (*borderless*) world, membuat semua kegiatan saling berpacu satu sama lain untuk mendapatkan kesempatan (*opportunity*) dan keuntungan (*profit*). Kadangkala untuk mendapatkan kesempatan dan keuntungan, memaksa orang untuk menghalalkan segala cara tidak peduli ada pihak yang dirugikan atau tidak. Kondisi seperti itulah yang membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba mewujudkan tatanan perekonomian agar memperoleh peningkatan keuntungan (Tsabit, 2018: 155).

Damsar (2009: 14) mengatakan perdagangan selalu memegang peranan vital di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Kegiatan ini mempengaruhi semua tingkat kehidupan individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Kebaikan dan kesuksesan serta kemajuan suatu perdagangan sangat tergantung pada kesungguhan dan ketekunan para pelaku pedagang tersebut. Perdagangan merupakan salah satu kegiatan di bidang ekonomi. Perdagangan dan masyarakat merupakan dua hal penting dan saling berhubungan. Masyarakat sebagai sebuah sistem, menempatkan kedudukan dagang dalam sub sistem dalam masyarakat. Dapat diperoleh pemahaman bahwa masyarakat merupakan suatu realitas yang di dalamnya terjadi proses interaksi sosial dan terdapat pola interaksi sosial. Hubungan antara ekonomi dan masyarakat, termasuk di dalamnya ada proses dan pola interaksi, bersifat saling pengaruhi atau pengaruh timbal balik.

Hasil penelitian Widiyari & Zulfa (2018: 27-36) menunjukkan bahwa banyaknya temuan yang terindikasi melakukan penyimpangan perdagangan dipasar Ngemplak Tulungagung seperti yang berkaitan dengan komoditi barang yang diperdagangkan, bentuk transaksi yang

dilakukan, pelanggaran maupun norma-norma agama yang telah ditetapkan dalam etika bisnis Islam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa etika bisnis Islam tidak diterapkan dengan baik karena masih banyak pedagang yang tidak sesuai ketika memasarkan dagangannya yang menjadi kebiasaan yang berkata bohong dalam berjualan seperti mengurangi timbangan, mengambil keuntungan yang terlalu tinggi hanya untuk meraup keuntungan sebanyak-banyaknya. Sedangkan dalam Etika bisnis Islam setiap muslim adalah bersaudara yang diwajibkan untuk saling tolong menolong.

Kegiatan jual beli yang dilakukan pada barang *rejected* tanpa memberikan keterangan kualitas barang yang dijualnya hanya akan mendatangkan kemudharatan dan menghilangkan hak-hak yang seharusnya didapatkan pembeli. Oleh karena itu, hal ini sebaiknya dihindari agar tidak ada yang merasa dirugikan. Namun, hasil penelitian dari (Firdausa, Suprihatin, & Yusup, 2021: 89-93) terhadap praktik jual beli barang *rejected* bumbu mie *instan* di Padalarang. Ada dua jenis kemasan bumbu mie instant *rejected* yang dijual yaitu kemasan asli bumbu mie *instan rejected* dan kemasan re-packing seperti ¼ kg, ½ kg dan 1 kg. Agar tidak mengalami kerugian dalam penjualan bumbu mie instant penjual hanya memerhatikan kemasan dari bumbu mie instant *rejected* saja tanpa memperhatikan kualitas, dan tanggal kadaluwarsa dari bumbu mie instant *rejected* yang dijualnya. Pembeli dari bumbu mie instant *rejected* ini biasanya merupakan ibu rumah tangga, penjual nasi goreng/mie goreng, dan penjual-penjual yang membutuhkan penyedap untuk masakannya. Menurut beberapa pembeli mereka tidak mengetahui bahwa produk tersebut merupakan *rejected* bumbu mie instant sehingga mereka merasa dirugikan atas kualitas produk yang mereka beli.

Etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standar of conduct*) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang (Buchari, 2011: 53). Dengan kata lain, etika

bisnis harus dimiliki setiap individu yang melakukan kegiatan perekonomian baik itu pedagang ataupun pebisnis yang melakukan aktivitas tersebut.

Dalam jurnal Nawatmi (2010: 50-58) meskipun Islam sebagai agama yang universal dan berperan sebagai *way of life* dan mempunyai aturan yang jelas dan sudah teraplikatif termasuk dalam dunia bisnis. Banyaknya perusahaan yang belum menerapkan etika bisnisnya membuat terjadinya persaingan harga yang tidak seimbang antara pemilik modal yang kuat dan pemilik modal yang lemah. Banyaknya ketidakadilan, munculnya moral *hazard*, penyuapan dan lain-lain. Oleh karena itu perlu pengintegrasian etika ke dalam dunia bisnis. Apalagi banyak penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dengan kinerja perusahaan. Dengan demikian, penting bagi dunia bisnis khususnya yang mengakui Muhammad saw sebagai Nabinya, untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnisnya. Dalam Islam juga dikatakan bahwa siapapun yang ingin selamat dunia akhirat maka ikutilah sunah Rasulullah saw. Apalagi fakta menunjukkan bahwa dengan etika bisnisnya yang Islami menjadikan Nabi sebagai pedagang yang sukses.

Pasar Induk Sandang Tegalgubug merupakan pasar desa meskipun telah menjadi *iconic* Kabupaten Cirebon atau bahkan disebut sebagai pasar terbesar se-Asia Tenggara, Pasar Induk Sandang Tegalgubug tetaplah pasar desa yaitu potensi yang dimiliki oleh desa. Pasar Induk Sandang Tegalgubug masih harus terus dieksplorasi sehingga masyarakat tidak hanya mengenalnya sebagai pasar terbesar yang ada di Asia, akan tetapi masyarakat juga harus turut serta mengembangkan Pasar Induk Sandang Tegalgubug. Agar perputaran perekonomian ini bisa terus berjalan (Wawancara dengan kepala pasar H. Khoeron, 05 Maret 2022).

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, Ibu Darmi (30) yang menjadi pelanggan yang selalu berbelanja kebutuhannya di Pasar Induk Sandang Tegalgubug, Ia mengatakan bahwa “saya sih ga kaget kalau menemui beberapa pedagang yang melayani dengan tidak ramah, soalnya faktanya memang ada yang begitu ketika ditanya, menjawabnya saja

seperti tidak niat ada juga pas saya tanya bukannya dijawab tapi malah sibuk bermain HP boro-boro mau menawarkan saya juga pernah waktu itu beli pakaian karena saya sebelumnya pernah menanyakan juga pada pedagang yang lain tapi harga yang ditawarkan berbeda, jadi saya bilang kalau disana harganya masih boleh dikurangin tapi disitu tidak boleh sama sekali, sampai saya diusir katanya lain kali tidak usah beli disini lagi” (Wawancara dengan Ibu Darmini, 1 November 2021).

Sedangkan permasalahan kedua datang dari Ibu Niya (35) yang menjelaskan bahwa Ia pernah membeli pakaian untuk anaknya, tapi setelah sampai rumah ternyata ukurannya tidak sesuai. Ibu Niya pun berniat ingin menukarnya kembali, tapi respon yang didapat dari pedagang tidak baik dalam menanggapi dan malah melayani pembeli yang baru datang sementara Ia diabaikan (Wawancara dengan Ibu Niya, 1 November 2021).

Pedagang yang tidak bermurah hati dan tidak bersikap ramah terhadap pembeli membuktikan bahwa pedagang pakaian Pasar Induk Sandang Tegalgubug masih belum menerapkan tentang bagaimana etika berbisnis dalam Islam. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah yang berjudul **“TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI PAKAIAN DI PASAR INDUK SANDANG TEGALGUBUG ARJAWINANGUN CIREBON”**.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Penelitian ini termasuk dalam wilayah kajian manajemen dan organisasi bisnis syariah dengan topik manajemen etika bisnis syariah, karena ada relevansi dengan judul penelitian yang peneliti angkat terkait Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Pakaian Di Pasar Induk Sandang Tegalgubug Arjawinangun Cirebon.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini terkait dengan etika bisnis Islam terhadap praktik jual beli pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalgubug.

3. Jenis Masalah

Jenis masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik jual beli pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalgubug dan bagaimana penerapan prinsip etika bisnis Islam bagi para pedagang pakaian.

4. Batasan Masalah

Batasan masalah perlu dilakukan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, khususnya waktu, tenaga, kemampuan teoritik yang relevan dengan penelitian, sehingga diharapkan penelitian dapat dilakukan lebih terfokus dan mendalam. Adapun batasan permasalahan tersebut hanya pada pedagang pakaian yang ada di Pasar Induk Sandang Tegalgubug.

5. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis uraikan di atas, maka pokok masalah yang akan dirumuskan adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pemahaman etika bisnis Islam pedagang pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalgubug?
- b. Bagaimana tinjauan penerapan etika bisnis Islam pedagang pakaian terhadap praktik jual beli di pasar Induk Sandang Tegalgubug?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pemahaman etika bisnis Islam pedagang pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalgubug.
- b. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pedagang pakaian di pasar Infuk Sandang.

2. Manfaat Penelitian

Pelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tambahan informasi dan pengetahuan bagi pembaca.
- 2) Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang etika bisnis Islam para pedagang.
- 3) Digunakan sebagai landasan bagi penelitian yang sejenis dimasa yang akan datang.

b. Secara Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana atau bahan informasi untuk mengetahui bagaimana tinjauan etika bisnis Islam dalam bertransaksi jual beli pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalugubug.

2) Bagi Akademik

Sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perguruan tinggi untuk mengembangkan kualitas dan kuantitas Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam khususnya Jurusan Perbankan Syariah mengenai Etika Bisnis Islam.

3) Bagi Masyarakat Khususnya Pedagang Pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalugubug

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pedagang pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalugubug dalam rangka meningkatkan etika bisnis yang diberikan kepada konsumen dalam bertransaksi jual beli untuk pengembangan usahanya agar mendapatkan keberkahan dalam berbisnis.

D. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan penulis melakukan penelitian dari berbagai sumber, penulis akhirnya memutuskan untuk membuat perbandingan dari

penelitian terdahulu guna menghindari adanya plagiarisme. Berikut penelitian terdahulu yang penulis temukan:

Pertama, penelitian jurnal oleh Ambok Pangiuk yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Penggunaan Timbangan Sembako Dalam Jual Beli (Studi Kasus dipasar Mendahara Iilir, Tanjabtim) “ pada tahun 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat pedagang yang melakukan kecurangan dalam penggunaan timbangan sembako sehingga terdapat perbedaan penimbangan, hal tersebut dikonfirmasi oleh konsemnnya. Ada beberapa yang mengindikasikan pedagang melakukan kecurangan dan tidak jujur kepada konsumen yaitu karena kerusakan dalam alat timbangan yang sudah lama pedagang miliki sehingga tidak berfungsi secara maksimal lagi dan pedagang tidak menerapkan kejujuran dalam berdagang. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah permasalahan tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan adalah objek penelitiannya yaitu pedagang sembako sedangkan penelitian sekarang pada pedagang pakaian. Perbedaan selanjutnya terdapat pada lokasi penelitian, pada penelitian terdahulu lokasi penelitian dilakukan dipasar Mendahara Iilir, Tanjabtim sedangkan penelitian sekarang yang dilakukan yaitu terletak di Pasar Induk Sandang Tegalgubug.

Kedua, penelitian jurnal oleh Nine Haryanti dan Trisna Wijaya yang berjudul “Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pd Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya” pada tahun 2019. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pembeli, pedagang dan pengelola PD. Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas jual belinya. Masih terdapat beberapa penyimpangan yang dilakukan pedagang dalam menjalankan aktivitas jual belinya seperti tidak menunaikan sholat, timbangan yang tidak sesuai, dan menjual barang dibawah standar harga pasar karena ketatnya persaingan harga pasar. Dalam penelitian terdahulu juga dikemukakan bahwa terdapat beberapa pedagang

yang tidak mau membayar hutang kepada *supplier*, melakukan simpan pinjam pada bank konvensional, tidak jelasnya batas kadaluarsa dan kurang ramahnya pedagang dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen dan yang paling fatal dalam penelitian terdahulu menyebutkan bahwa terdapat pedagang yang menambahkan formalin dan borax dalam olahan makanannya. . Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah permasalahan tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu objek penelitiannya. Pada penelitian terdahulu, objek penelitian dilakukan terhadap semua pedagang sedangkan penelitian sekarang membatasi objek penelitian hanya kepada pedagang pakaian. Perbedaan selanjutnya yaitu lokasi penelitian. Pada penelitian terdahulu, penelitian dilakukan di Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya sedangkan penelitian sekarang dilakukan di Pasar Induk Sandang Tegalgubug.

Ketiga, jurnal penelitian oleh Siti Irmayanda Sari, Fahriansyah, dan Fakhriyal yang berjudul “Perilaku Petani Dalam Praktik Jual Beli Karet Dengan Menambahkan Air Baterai Ditinjau Berdasarkan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Dusun Inpres Desa Seumadam)” pada tahun 2020. Dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa petani dalam melakukan praktik jual beli getah karet tidak sesuai dengan etika bisnis Islam karena terdapat beberapa tindakan kecurangan dalam memberikan kualitas dengan menambahkan air baterai lain di dalam tumpukan getah karet sehingga didalamnya terdapat unsur *gharar* karena tidak jelasnya kualitas getah karet yang dijualnya. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah permasalahan tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu terdapat pada objek penelitiannya. Penelitian terdahulu tertuju pada petani karet sedangkan penelitian sekarang tertuju pada pedagang pakaian. Perbedaan selanjutnya yaitu lokasi penelitian. Pada penelitian terdahulu, penelitian dilakukan di Dusun Inpres Desa Seumadam sedangkan penelitian sekarang dilakukan di Pasar Induk Sandang.

Keempat, jurnal penelitian oleh Ivan Nuryat, Ramdan Fawzi, dan Nanik Eprianti pada tahun 2019 yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktek Jual Beli Likes Instagram (Studi Kasus pada Akun Instagram @TokoPrinter_Bandung).” Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa TokoPrinter_Bandung tidak menerapkan etika bisnis Islam dalam praktik jual belinya karena TokoPrinter_Bandung tidak melakukan jual beli yang tidak menerapkan manfaat sebagaimana mestinya sehingga hal tersebut merugikan beberapa pihak. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah permasalahan tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu terdapat pada objek penelitiannya. Penelitian terdahulu, objek penelitian tertuju pada pedagang likes di aplikasi Instagram sedangkan objek penelitian sekarang pada pedagang pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalugubug.

Kelima, jurnal penelitian oleh Iis Lisnawati, Titin Suprihatin dan Nanik Eprianti yang berjudul “Tinjauan Prinsip Etika Bisnis Islami dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Praktik Jual Beli Bensin pada Pom Mini” pada tahun 2020. Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penjual bensin pada usaha pom mini telah menerapkan etika bisnis Islam dalam melakukan aktivitas jual belinya, hal ini ditunjukkan bahwa para penjual bensin senantiasa menjalankan aturan Allah dengan meninggalkan aktivitas jual belinya apabila sudah memasuki waktu sholat dan penjual bensin bersedia mengganti rugi apabila terjadi takaran bensin yang di keluarkan tidak sesuai jika hal tersebut memang terjadi adanya. Akan tetapi terdapat salah satu penjual bensin, jika ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Pasal 8 ayat (1) huruf (c) tahun 1999 yaitu bensin yang dikeluarkan tidak sesuai dengan takaran yang sebenarnya dan Pasal 4 huruf (c) yaitu konsumen tidak menerima informasi yang jelas dan jujur terkait bensin yang dikeluarkan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah permasalahan tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian

sekarang yaitu objek penelitiannya. Pada penelitian terdahulu, objek penelitian dilakukan terhadap pedagang bensin yang mempunyai usaha pom mini sedangkan penelitian sekarang objek penelitiannya kepada pedagang pakaian. Perbedaan selanjutnya yaitu tinjauan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu meninjau tidak hanya dari prinsip etika bisnis Islam saja dan juga ditinjau dari segi Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 sedangkan penelitian sekarang meninjauhanya dari segi prinsip etika bisnis Islam saja.

Keenam, jurnal penelitian oleh Ahmad Haris Pratama, Nanik Eprianti dan Intan Nurrachmi yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Praktik Jual Beli Anak Ayam Warna-Warni” pada tahun 2021. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa praktik jual beli anak ayam warna-warni dipasar Kotakarang Bandar Lampung bahwa penjual tidak menerapkan prinsip etika bisnis Islam karena penjual merusak kaidah *animal welfare* atau kesejahteraan hewan karena penggunaan pewarna pada anak ayam dapat menimbulkan berbagai penyakit hingga berdampak pada kematian oleh karenai itu, hal tersebut tidak benar karena dapat merugikan konsumen maupun ayam yang akan dijual tersebut. Pedagang melakukan tindakan kedzaliman terhadap binatang hanya demi mendapatkan keuntungan yang lebih besar serta kedzaliman kepada pembeli karena tidak memberikan keterangan kualitas barang yang dijualnya. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah permasalahan tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu objek penelitiannya. Pada penelitian terdahulu, objek penelitian dilakukan terhadap pedagang anak ayam warna-warni sedangkan penelitian sekarang objek penelitiannya kepada pedagang pakaian.

Ketujuh, jurnal penelitian oleh Mabarroh Azizah yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee” pada tahun 2020. Berdasarkan penelitian tersebut menunjukkan bahwa penjual yang melakukan praktik jual beli diitoko online shopee belum menerapkan etika bisnis Islam dalam praktik jual

belinya karena penjual tidak memberikan keterangan kualitas yang sesuai kepada pembeli, terdapat beberapa penjual yang tidak mementingkan hak-hak pembeli dan tidak menerima komplain dalam bentuk apapun kecuali sudah ada perjanjian yang telah dibuat terlebih dahulu sehingga pembeli merasa dirugikan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah permasalahan tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap pedagang. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu terdapat pada objek penelitiannya. Penelitian terdahulu, objek penelitian tertuju pada penjual yang berbasis online pada aplikasi Shopee sedangkan objek penelitian sekarang pada pedagang pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalbug.

E. Kerangka Pemikiran

Syed Nawab Haidar Naqvi mendefinisikan fungsi etika bisnis Islam sebagai analisis untuk menyelidiki aktivitas-aktivitas bisnis yang tidak konsisten dengan ajaran-ajaran Islam. Aksioma etika bisnis Islam menurut Naqvi mencakup *unity* (tauhid), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggung jawab), dan *benevolence* (kebijakan) (Latifah, 2021: 54).

Lima sifat (aksioma) dalam menjalankan bisnis (Badroen, 2006: 89-101):

Pertama, Unity (tauhid), konsep tauhid (dimensi *vertikal*) berarti Allah SWT telah menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, dan hubungan *horizontal* dengan kehidupan sesama manusia dan alam secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama.

Kedua, Equilibrium (keseimbangan), perilaku yang adil akan mendekatkan diri kepada ketakwaan, karena itu dalam bisnis, Islam melarang menipu, walaupun hanya sekedar membawa sesuatu pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun. Kondisi ini dapat memberikan gangguan pada mekanisme pasar atau adanya informasi penting mengenai

transaksi yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Islam mengajarkan agar penganutnya berlaku adil dan senantiasa berbuat kebajikan.

Ketiga, Free will (kehendak bebas), kebebasan merupakan hal yang penting dalam etika bisnis Islam, akan tetapi jangan sampai kebebasan ini mengganggu atau merugikan kepentingan bersama atau orang lain. Islam membolehkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah khususnya dalam kegiatan bisnis, akan tetapi Islam tidak memperbolehkan umatnya untuk melakukan hal-hal yang diharamkan oleh dalil

Keempat, Responsibility (tanggung jawab), penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tidak ada satu cara pun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan yang baik.

Kelima, Ihsān artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah Allah melihat (Badroen, 2006: 89-101).

Seorang pebisnis syariah harus memiliki beberapa hal yang harus diperhatikan, menurut Djakfar (2012: 34) prinsip-prinsip etika bisnis islam antara lain: Jujur dalam takaran (*quantity*) dan menjual barang yang baik mutunya (*quality*), berorientasi pada ibadah kepada Allah SWT, dilarang menggunakan sumpah (*al-qasam*), longgar dan bermurah hati (*tasāmuḥ* dan *tarāḥum*), membangun hubungan baik (*interrelationship / ar-raḥīm*), tertib administrasi, menetapkan harga dengan transparan. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam yang memperjelas aksioma-aksioma etika bisnis diatas, yaitu sebagai berikut:

1. Jujur Dalam Takaran

Kejujuran merupakan pondasi dasar bagi kegiatan bisnis dalam jangka panjang (Wahyuni, 2019: 259). Oleh karena itu, prinsip etika bisnis islam yang satu ini harus dimiliki oleh setiap pelaku bisnis.

Dengan adanya kejujuran yang menjadikan modal utama bagi tiap pedagang agar bisnis yang dijalankannya mendapat kepercayaan.

2. Orientasi Ibadah

Menurut Agustin (2017: 7-8) dikutip dari buku Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan oleh Zamzam & Aravik (2020: 12) berorientasi pada ibadah kepada Allah SWT, orientasi ini didapatkan dengan menjalankan bisnis yang dikerjakannya itu sebagai ladang ibadah dan menjadi pahala dihadapan Allah SWT. Hal itu terwujud jika bisnis selalu mendasarkan pada aturan-Nya.

3. Dilarang Menggunakan Sumpah

Pada beberapa kondisi dalam aktivitas perdagangan, seseorang yang menyajikan produknya dengan sedemikian rupa yang tidak sesuai dengan faktanya dengan meyakinkan para pembelinya, penjual menggunakan sumpah dalam aktivitas untuk menarik minat pelanggannya. Penjual melakukan hal tersebut agar menjadi daya tarik pembeli bahwa barang yang dijualnya memiliki kualitas yang bagus (Djakfar, 2012: 37).

4. Menjual Barang Yang Baik Mutunya

Dalam sebuah kegiatan bisnis seseorang harus transparan terhadap barang-barang yang dijualnya sehingga tidak ada cacat etis dalam sebuah perdagangan seperti ketidaktransparannya mutu produk yang dijual (Djakfar, 2012: 36). Hal tersebut berarti mengabaikan tanggungjawab moral dalam dunia bisnis. Tanggungjawab yang sesungguhnya adalah yang mampu menjaga keseimbangan (*balance*) antara tata cara memperoleh keuntungan (*profit*) dan mematuhi beberapa norma baik hukum, etika, atau adat (Rodhiyah, 2012: 67-74).

5. Bermurah Hati

Agar menciptakan suatu kegiatan yang saling menguntungkan satu sama lain maka seorang penjual diharapkan mampu untuk bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli (Rodhiyah, 2012: 67-74).

6. Membangun Hubungan Baik

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapa pun, inklud antar sesama pelaku dalam bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, ologopoli, maupun dalam bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa keadilan atau pemerataan pendapatan (Djakfar, 2012: 34).

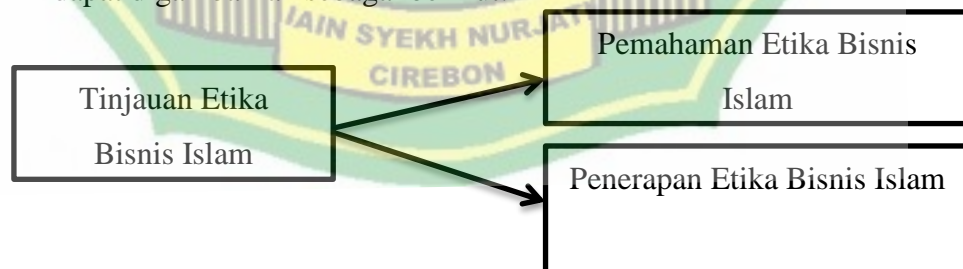
7. Tertib Administrasi

Dalam setiap transaksi perdagangan proses pencatatan administrasi haruslah ditulis baik dalam praktik pijam meminjam dan jual beli. Karena dalam Al-Quran mengajarkan perlunya administrasi tersebut agar manusia terhindar dari kesalahan yang mungkin terjadi (Djakfar, 2012: 34).

8. Menetapkan Harga Dengan Transparan

Syariat menjadikan peran informasi pasar, artinya harga yang kurang transparan akan mengandung unsur penipuan. Oleh sebab itu, penetapan harga secara transparan dan wajar di junjung tinggi dalam Islam agar tidak terjerumus kedalam pintu riba. Kendati dalam sebuah bisnis fokusnya mencari keuntungan, namun harus tetap menjunjung tinggi hak-hak pembeli (Ayub, 2009: 105).

Berdasarkan hal tersebut, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif dan subjektif yang terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk menyusun laporan penelitian (Fathoni, 2011: 96). Data dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Yang dimaksud lapangan dalam penelitian ini adalah di Pasar Induk Sandang Tegalgubug.

Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil maka penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu, yang mengungkapkan suatu permasalahan dengan keadaan apa adanya sehingga hanya mengungkapkan fakta (Arikunto, 2006: 13).

Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Dalam metode ini proses dan makna lebih ditampilkan. Penelitian kualitatif ini bersifat penemuan (Ismail Suardi Wekke, 2019: 33). Untuk mengetahuinya maka penulis melakukan wawancara kepada partisipan atau responden dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Sedangkan menurut Mantra (2008: 30) kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan informasi berupa catatan dan data deskriptif yang terdapat di dalam teks yang diteliti. Dengan penelitian kualitatif, perlu dilakukan analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif memberikan gambaran dan keterangan yang secara jelas, objektif, sistematis, analitis dan kritis.

2. Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian. Kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka yang diperoleh juga akan tidak sesuai dengan yang diharapkan

(Bungin, 2013: 129). Sumber data yang digunakan penulis terbagi menjadi 2 jenis diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek peneliti. Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara dan observasi langsung dengan para pedagang, pembeli maupun pengelola di Pasar Induk Sandang Tegalgubug.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lainnya (Umar, 2002: 103). Sumber data sekunder yang diperoleh peneliti didapati dari pihak lain yang tidak berkaitan secara langsung dengan penelitian ini, seperti dari buku-buku perpustakaan, skripsi, dan sumber-sumber yang lain yang dapat mendukung terkumpulnya data yang berguna untuk penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan perolehan hasil dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data merupakan prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Oleh karena itu pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dari metode penelitian (Herdiansyah, 2017: 45). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan menggunakan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pemberi pertanyaan dan juga penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (Umar, 2002: 116).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara para pedagang pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun baik pemilik, karyawan maupun konsumen serta pengelola Pasar Induk Sandang Tegalgubug. Wawancara dilakukan untuk mengetahui mengenai praktik jual beli dan tinjauan etika bisnis Islam di Pasar Induk Sandang Tegalgubug.

b. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara mendapatkan pengamatan langsung pada objek penelitian. Dengan metode observasi cara paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrument (Arikunto, 2002: 204).

Teknik pengumpulan data observasi ini, dilakukan dengan mengamati secara langsung terhadap objek yang akan diteliti untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dan untuk melengkapi penulisan yang dilakukan peneliti, dengan demikian data-data yang terkait mengenai penelitian ini tidak fiktif dan sesuai dengan kondisi yang terjadi pada saat itu.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi ini adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan-catatan, dokumen-dokumen, notulen, agenda, dan data lain sebagainya (Arikunto, 1996: 231).

Teknik pengumpulan ini digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran serta fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian. Teknik dokumentasi berproses dan berawal dari menghimpun dokumentasi, memilih-milih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mencatat dan menerangkan menafsirkan dan menghubungkan dengan fenomena lain (Herdiansyah, 2017: 46). Dokumen yang dimaksud disini adalah dokumen yang berkaitan dengan data mengenai tinjauan

etika bisnis Islam terhadap praktik jual beli pakaian di Pasar Induk Sandang Tegalbug.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain (Lexy, 2013: 248). Berdasarkan penjelasan di atas maka analisis data dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif lapangan dan bersifat deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan memiliki pemahaman awal mengenai situasi masalah yang dihadapi (Rosyadi, 2008: 89).

Setelah memperoleh data maka langkah selanjutnya adalah mengolah data-data tersebut. Berknaan dengan pengolahan data ini Sutrisno Hadi (1984: 78) mengemukakan bahwa mengolah data berarti menyaring dan mengatur data atau informasi yang sudah masuk, kemudian peneliti menggunakan teknik cara berfikir induktif yaitu proses yang berawal dari proposisi khusus (sebagai hasil pengamatan), kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik yang dikemukakan oleh (Sugiono, 2013: 428) yaitu sebagai berikut:

a. Analisis sebelum di lapangan

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang nantinya akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun, fokus penelitian ini masih bersifat sementara dan akan dikembangkan setelah peneliti memasuki lapangan dan selama penelitian ini berlangsung (Sugiono, 2013: 429).

b. Analisis selama di lapangan

Selama pengumpulan data di lapangan berlangsung, pada saat melakukan wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang telah ia dapat dari hasil wawancara, dengan cara mengklarifikasi dan menafsirkan isi data tersebut (Sugiono, 2013: 430).

c. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan (Sugiono, 2013: 431).

d. Penyajian Data

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel grafik, pie chart, pictogram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, data di organisasikan secara sistematis dan pola hubungan, sehingga mudah dipahami. Penyajian data juga biasa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antara kategori, dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan adalah dengan teks yang bersifat naratif (Sugiono, 2013: 434).

e. *Conclusion drawing/verivication*

Conclusion drawing/verivication atau penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan pengetahuan baru yang belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal dan interaktif, hipotesis, atau teori (Sugiono, 2013: 438).

5. Uji Keabsahan Data

Menurut Lexy (2013: 330) Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu

untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu, ada tiga hal yang penulis gunakan dalam penelitian ini:

a. Triangulasi Metode

Dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut.

b. Triangulasi Sumber data

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informan tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya peneliti menggunakan observasi terlibat (Participant Observation), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau foto.

c. Triangulasi Teori

Penggunaan berbagai perspektif untuk menafsirkan sebuah set data. Penggunaan beragam teori dapat membantu memberikan pemahaman yang lebih saat memahami data. Jika beragam teori menghasilkan kesimpulan analisis sama, maka validitas ditegakkan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memudahkan pemahaman dan memberi gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan oleh penulis. Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

Bab I Pendahuluan, berisi pendahuluan didalamnya meliputi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

Bab II Kajian Teori, dalam bab ini diuraikan mengenai landasan teori yang digunakan oleh penulis untuk menganalisis masalah yang akan

dibahas tentang Konsep Etika Bisnis Islam, Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam dan Konsep Transaksi Jual Beli.

Bab III Gambaran Objek Penelitian, pada bab ini berfungsi untuk memberikan gambaran umum kepada pembaca tentang profil dan gambaran umum tentang Pasar Tegalgubug seperti Sejarah umum Pasar Tegalgubug, keadaan geografis dan keadaan demografi Pasar Tegalgubug.

Bab IV Pembahasan, dalam bab ini berisi hasil Penelitian didalamnya meliputi tinjauan etika bisnis Islam dan praktik jual beli pedagang pakaian di Pasar Induk Tegalgubug Kecamatan Arjawinangun.

Bab V Penutup, dalam bab ini berisi penutup didalamnya meliputi kesimpulan dan saran, kesimpulan merupakan uraian jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah, setelah melalui analisis pada bab sebelumnya. Sementara itu, sub bab saran berisi rekomendasi dari penelitian mengenai permasalahan yang diteliti sesuai hasil kesimpulan yang diperoleh.

