

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di tengah pesatnya peradaban manusia modern saat ini, menjadikan kebutuhan hidup dan kehidupan saat ini semakin tinggi. Pada gilirannya menuntut seseorang untuk berusaha dan berkarya lebih keras lagi, agar mampu memenuhi segala kebutuhan hidupnya sehari-hari. Kerja / usaha dalam Islam merupakan suatu keharusan, di samping kewajiban ibadah ritual kepadaNya.

Perdagangan merupakan jenis kegiatan ketiga sesudah masyarakat nomad, masyarakat pertanian, dan pertukangan. Kegiatan perdagangan sudah terjadi sejak zaman kuno sejak *silent trade* atau perdagangan yang membisu karena komunikasi dengan bahasa berbeda, belum dapat dilakukan terutama di daerah mediteranian (laut tengah). Inti berdagang adalah mencari keuntungan dengan membeli lebih murah dan menjual dengan harga lebih mahal. Agama Islam menegaskan, menghalalkan berdagang dan mengharamkan riba (QS 2: 275). Mencari untung dalam perdagangan dalam konsep Islam tidak terbatas pada keuntungan materi saja tetapi juga keuntungan yang bersifat non materi serta keuntungan dalam kehidupan dunia dan akhirat.

Dalam berbagai buku fiqih Islam, secara garis besar diberikan tuntunan berdagang yang sesuai dengan tuntunan agama. Secara garis besar, intinya meliputi, pertama, penjualan dan pembeli, yaitu orang yang sudah baligh dan berakal sehat, secara sukarela, dan bukan pemboros. Kedua, uang dan

benda yang dibeli suci dari najis, ada manfaatnya, bukan yang tabzir, barangnya dapat diserahkan, barangnya jelas sehingga tidak terjadi penipuan. Barangnya adalah kepunyaan pemiliknya atau oleh orang yang di beri kuasa pemiliknya (bukan curian atau bukan miliknya), dan ada ijab kabul sekalipun tidak dengan kalimat (dapat dengan isyarat atau tindakan tertentu). Hal tersebut bersifat normative yang dalam pelaksanaannya bias menyesuaikan dengan keadaan, yang penting tidak ada unsure-unsur penipuan.

Di samping itu, ada jual beli yang dilarang antara lain menjual barang dengan harga yang jauh lebih tinggi dari harga umum, membeli barang yang sudah dibeli orang lain yang masih dalam masa khiar, menghambat orang dari desa yang akan menjual barangnya di pasar (orang dari desa yang kemungkinan tidak tau harga pasar dari barang yang akan di jual) sehingga barangnya dijual terlalu murah, membeli barang untuk timbun atau spekulasi, jual beli barang untuk maksiat, jual beli yang bersifat mengecoh seperti mengurangi timbangan dan menjual barang yang sudah kadaluwarsa.

Islam memberikan tuntunan lengkap untuk menghindari transaksi perdagangan yang penuh tipu muslihat akibat keserakahan manusia, persaingan yang makin ketat, takut mengalami kerugian, dan sebagainya. Namun persoalannya saat ini tidaklah banyak orang di masyarakat yang mampu melakukan hal tersebut. Setelah krisis ekonomi atau yang lebih di kenal dengan istilah krisis moneter yang melanda masyarakat kita pada tahun 1998 hingga saat ini yang tak kunjung stabil, maka telah banyak kita melihat dan menyaksikan dampak atau akibatnya daripada krisis moneter tersebut. Yang

bukan hanya membawa preseden buruk terhadap hancurnya bidang perekonomian masyarakat secara mikro. Tetapi telah berdampak pula pada aspek atau sendi-sendi lainnya seperti sosial, budaya bahkan moralitas. Atau dengan kata lain bahwa krisis lainnya (krisis multidimensional).

Akhirnya banyak fenomena dan realitas yang kita temukan dalam masyarakat khususnya dalam bidang usaha atau bisnis seperti terjadinya kecurangan – kecurangan dengan mengurangi timbangan dan takaran, penipuan barang dan jasa, spekulasi, ghaahar, dan kedzoliman – kedzoliman lainnya, yang jauh daripada nilai –nilai etika bisnis Islam dan persaingan usaha yang sehat.

Padahal sesungguhnya, Islam tidak pernah mengabaikan unsur materi dan eksistensinya dalam memakmurkan bumi dan meningkatkan taraf hidup manusia. Namun Islam selalu menekankan bahwasanya kehidupan untuk berekonomi secara baik di dunia bukanlah tujuan akhir, walaupun hal itu merupakan target yang perlu di capai dalam kehidupan. Allah akan memberikan ganjaran / kebaikan apabila dalam suatu bisnis itu tetap berpegang pada syari'at Islam dan itulah pada hakikatnya yang diinginkan oleh setiap orang yaitu kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Di Indonesia, keinginan sesungguhnya negara untuk menciptakan iklim usaha yang sehat telah di lakukan dengan membuat suatu produk perundang – undangan tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, yakni UU No. 5 tahun1999 yang di keluarkan pada tanggal 5 Maret tahun 1999. Namun baru berlaku efektif satu tahun kemudian tepatnya pada tanggal 5 September tahun 2000. UU ini merupakan hasil dari proses reformasi

ekonomi dan politik yang di harapkan mampu menciptakan persaingan usaha yang sehat. ¹

Dalam ekonomi Islam yang berdasarkan keTuhanan, maka tujuan akhir pencapaiannya adalah ridho Allah SWT. Dengan tetap memegang syari'at islam dalam segala aktivitas ekonomi yang tidak dapat di pisahkan dengan nilai – nilai dari etika keislaman.² Etika bisnis dalam islam berfungsi sebagai pengatur dan pengawas kerana secara filosofis etika islam mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama, untuk menilai landasan ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat penilaian mengenai hal – hal baik, buruk atau jahat. Seperti adanya pihak yang di rugikan (di dzalimi) atau diuntungkan. ³Maka untuk mencapai tujuan tersebut Allah SWT memberikan petunjuk melalui para rosulnya, petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang di butuhkan manusia baik akidah, akhlaq, maupun syari'ah di dalam mewujudkan iklim usaha yang kondusif dengan di landasi nilai – nilai norma dan etika keIslaman.

Kawasan kota tepatnya jl. Siliwangi, terdapat pasar modern yaitu PGC (Pusat Grosir Cirebon). PGC di bangun di atas area pertokoan pasar pagi, dengan konsep pusat perdagangan modern. Sesuai denan namanya, PGC menjual produk grosir seperti pakaian, elektronik dan terdapat seluler yang sangat lengkap. Dan salah satu penunjang urat nadi bisnis dan perekonomian di

¹ Gelhorn dan Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis : Merger dalam Perspektif Monopoli* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2002), hal 7

² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta : Gema Insani Press, 1997) cet I, hal 31

³ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta : EKONOSIA, 2004) cet I, hal 29

PGC adalah adanya pasar dengan manajemen secara modern dan terpadu. Pada mulanya bentuk pasar ini adalah pasar tradisional yang di sebut pasar pagi dan saat ini masih ada namun tempatnya sempit dan panas jika kita berada di dalam, kemudian di atas pertokoan tersebut adalah supermarket Yogya namun tidak bertahan lama karena bangkrut, yang akhirnya di buat pertokoan seperti sekarang ini yang di sebut PGC. Yang terdiri dari beberapa ruko, kios, lapak dan tenda / café serta fasilitas (*infrastruktur*) lainnya yang di sediakan untuk para pedagang atau pengusaha baik yang tetap maupun yang musiman.

PGC merupakan pasar modern yang letaknya di tengah kota yang cukup strategis dan nyaman untuk di gunakan sebagai tempat usaha, dan banyak di lalui angkutan kota. Dan PGC ini di tengah supermarket, seperti yogya toserba, asia toserba. Dan dengan peluang usaha yang cukup menjanjikan di usah tersebut maka persaingan usahapun tentunya akan semakin ketat, dan memungkinkan adanya tindakan atau perilaku – perilaku dari para pedagang yang berlaku curang dan tidak “sportif” demi memperoleh keuntungan yang melimpah.

Maka dengan melihat realitas diatas penulis akan meneliti bagaimana etika bisnis para pedagang muslim di pasar modern PGC dan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan etika secara Islam dalam kegiatan bisnisnya.

B. Pembatasan masalah

Dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitiannya yaitu tentang etika bisnis Islam para pedagang muslim di pasar modern Pusat Grosir Cirebon (PGC).

C. Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut, ada beberapa masalah yang akan penulis ajukan yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagaimana etika bisnis para pedagang muslim di pasar modern PGC?
- 2) Adakah Penyimpangan etika dalam berbisnis Islam di kalangan pedagang muslim di PGC?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis mengangkat judul ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana etika bisnis Islam para pedagang muslim di pasar modern PGC.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan etika dalam sistem bisnis secara Islam di kalangan pedagang muslim.

b. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi instansi dan peneliti yang terkait, seperti:

a. Untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi suatu pengalaman yang nyata, yang mana dapat menambah pengetahuan dan pemahaman lebih mendalam tentang etika bisnis Islam.

b. Untuk Instansi

Diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan tentang etika bisnis Islam.

c. Untuk Pedagang Muslim PGC

Sebagai suatu informasi dan masukan bagi para pedagang muslim khususnya di pasar modern PGC dan umumnya bagi para pedagang muslim, agar dalam bisnisnya berperilaku sesuai etika bisnis dalam Islam.

E. Kerangka Pemikiran

Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk wacana bisnis. Islam memiliki wawasan yang komprehensif tentang etika bisnis. Mulai dari prinsip dasar, pokok-pokok kerusakan dalam perdagangan, faktor-faktor produksi, tenaga kerja, modal organisasi, distribusi kekayaan, masalah upah, barang dan jasa, kualifikasi dalam bisnis, sampai kepada etika sosio ekonomik menyangkut hak milik dan hubungan sosial.

Etika secara etimologi berasal dari bahasa Yunani “ethos” yang berarti adat kebiasaan. Dalam pelajaran filsafat, etika merupakan bagian daripadanya.

Di dalam Ensiklopedi pendidikan diterangkan bahwa etika adalah filsafat tentang nilai, kesusilaan tentang baik dan buruk. Kecuali mempelajari nilai-nilai, ia merupakan pengetahuan tentang nilai-nilai itu sendiri.⁴

Bentuk jamak dari kata ethos adalah ta etha, yang berarti adat istiadat. Dan arti terakhir inilah yang menjadi latar belakang bagi terbentuknya istilah etika dan telah diperkenalkan oleh Aristoteles.⁵

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, etika dijelaskan dengan tiga arti, yaitu:

1. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk. tentang hak dan kewajiban, dan ilmu tentang moral (akhlak)
2. Kumpulan asa atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
3. Nilai mengenai benar atau salah yang dianut oleh suatu golongan atau masyarakat.⁶

Aktivitas bisnis merupakan bagian integral dari wacana ekonomi. Sistem ekonomi Islam berangkat dari kesadaran tentang etika, sedangkan system ekonomi lain, seperti kapitalisme dan sosialisme, cenderung mengabaikan etika sehingga aspek nilai tidak begitu tampak dalam bangunan kedua sistem ekonomi tersebut. Keringnya kedua system itu dari wacana moralitas, karena keduanya memang tidak berangkat dari etika, tetapi dari kepentingan (interest). Kapitalisme berangkat dari kepentingan individu

⁴ Asmaran As, *Pengantar Studi Akhlak*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 1994), cet I, hal 2

⁵ K.bertens, *Etika*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997).hal 40

⁶ Robert C Solomon, *Etika : Suatu Pengantar*, Terj. Dari *Ethics : A Brief Introduction*. Oleh R. Karo-karo, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987), hal xii dan 5

sedangkan sosialisme berangkat dari kepentingan kolektif. Namun kini mulai muncul era baru etika bisnis di pusat-pusat kapitalisme. Suatu perkembangan baru yang menggembirakan.

Bisnis Islam ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi Saw. Saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi SAW. Sebagai pedagang adalah selain dedikasi dan keuletan juga memiliki sifat shidiq, fathanah, amanah dan tabligh. Ciri – ciri itu masih ditambah Istiqamah.⁷

Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridho, tidak ada eksploitasi (QS. 4 : 29) dan bebas dari kecurigaan atau penipuan, seperti keharusan membuat administrasi transaksi kredit (QS. 2 : 282).

Etika sangat diperlukan dalam kegiatan usaha (bisnis), untuk membatasi perilaku usaha mereka dalam hal mencari keuntungan agar tidak merugikan orang lain demi kemaslahatan masyarakat. Dalam melaksanakan kehidupan keduniaan ini manusia sering tergoda untuk bersikap egois, hanya menguntungkan diri sendiri dan merugikan orang lain. Praktik-praktik bisnis haruslah di jalankan dengan memperhatikan aspek kemanusiaan yang menjunjung tinggi etika dan moralitas. Di samping itu, dalam ekonomi Islam maupun konvensional, etika mempunyai peran yang sangat penting dalam

⁷ www.Mediakonsumen.com / Artikel 186 – 35k

kegiatan usaha khususnya dalam menciptakan keamanan dan kenyamanan para pelaku dunia usaha karena dengan adanya etika maka para usahawan tidak bebas untuk bertindak seenaknya saja karena ada ketentuan – ketentuan yang mesti mereka penuhi.

F. Hipotesis

Melihat dari latar belakang dan rumusan masalah, penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut: “ Etika bisnis perspektif ekonomi Islam para pedagang muslim di pasar modern Pusat Grosir Cirebon (PGC) mayoritas / 80% nya sesuai dengan prinsip – prinsip etika bisnis Islam.

G. Sistematika Penulisan

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis dan sistematika penulisan.

Bab II : ETIKA BISNIS DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Bab ini akan membahas pengertian umum tentang etika bisnis dalam Ekonomi Islam, dalam bab ini terdiri dari tiga sub bab, yang pertama tentang pengertian etika dan bisnis, yang kedua tentang etika bisnis dalam ekonomi Islam, dan yang ketiga peran etika dalam kegiatan berbisnis.

Bab III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian, yaitu, tentang objek penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, populasi sampel dan teknik analisis data.

Bab IV : ETIKA BISNIS PARA PEDAGANG MUSLIM DI PGC

Dalam bab ini dipaparkan hasil analisis penulis diantaranya, tentang etika bisnis Islam para pedagang muslim di pasar modern PGC, dan tentang ada tidaknya penyimpangan etika dalam berbisnis secara Islam di kalangan pedagang muslim di PGC.

Bab V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang terdiri atas, kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, kemudian saran – saran, dan selanjutnya di sebutkan daftar pustaka.