

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sudah menjadi fitrah bagi setiap manusia untuk berusaha dan bekerja untuk memperoleh kekayaan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. (Rozalinda, 2014). Agama Islam sangat menganjurkan dan mendorong umatnya untuk berjuang dalam mendapatkan materi dengan berbagai cara. Selama cara yang dilakukan tidak keluar dari rambu-rambu yang telah ditetapkan, diantara rambu-rambu itu adalah carilah yang halal lagi baik, tidak berlebih-lebihan atau melampaui batas, tidak dizalimi dan menzalimi, menjauhkan unsur riba dan gharar (ketidakjelasan). (Amalia, 2017)

Etika dibutuhkan dalam bisnis ketika manusia mulai menyadari bahwa dibidang bisnis justru telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaan dan mendorong munculnya egoism dan praktek monopoli, sifat ingin menguasai apa saja tanpa pernah merasa puas. (Beekun, 2004)Etika bisnis sangat penting dikedepankan di era globalisasi yang terjadi di berbagai bidang dan seringkali mengabaikan nilai-nilai etika dan moral, oleh karena itu Islam sangat menekankan bahwa kegiatan bisnis bukan hanya sekedar sarana pemuas keinginan tetapi salah satu bentuk bisnis dalam bisnis adalah jual beli. Dalam etika jual beli yang terpenting adalah kejujuran. Ia merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman. Bahkan, kejujuran merupakan karakteristik para Nabi. Tanpa kejujuran kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak berjalan dengan baik. Sebaliknya

kebohongan adalah pangkal cabang kemunafikan. Cacat pasar yang paling banyak dan memperburuk citra perdagangan adalah kebohongan, manipulasi, dan mencampur aduk kebenaran dengan kebathilan, baik secara dusta atau menerangkan spesifikasi barang dagangan dan mengunggulkan atas yang lainnya. (Qarwadhi, 2004) Padahal dalam Islam telah diajarkan kode etik bagi muslim yang terlibat bisnis global yaitu harus bertindak jujur dan benar, menjaga ucapan dan tidak bertindak curang dan menipu dalam melakukan bisnis. (Usman, 2012).

Etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan atau dengan kata lain etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. (Aziz, 2013)

Pasar Banjaran merupakan pasar tradisional yang bertempat di Kecamatan Banjaran. Pasar ini merupakan pasar yang beroperasi setiap hari. Pasar ini menyediakan berbagai kebutuhan penduduk mulai dari sayuran, perabotan, daging hew, sembako dan pakaian. Dalam suatu proses jual beli harga juga merupakan salah satu variabel dari pemasaran atau penjualan. Harga menjadi sesuatu yang sangat penting, artinya bila harga suatu barang terlalu mahal dapat mengakibatkan barang menjadi kurang laku dan sebaliknya bila menjual terlalu murah, keuntungan yang didapat menjadi berkurang. Penetapan harga yang dilakukan penjual atau pedagang akan mempengaruhi pendapatan atau penjualan yang akan diperoleh atau bahkan kerugian yang akan diperoleh jika keputusan dalam menetapkan harga jual tidak dipertimbangkan dengan tepat sasaran. (Soemarsono, 1990).

Dalam menentukan harga dalam jual beli, saat ini banyak pedagang yang melakukan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa memperhatikan kepentingan orang lain. Beberapa penjual menerapkan strategi dengan mengatakan sesuatu kepada pembeli dengan harapan barang yang mereka jual akan dibeli dengan harga tinggi. Ada pula yang melakukan jual beli dengan harga yang sangat tinggi dengan tujuan memperoleh keuntungan yang cukup banyak bagi para pedagang dengan memanfaatkan urgensi kebutuhan barang tersebut oleh pembeli dan juga memanfaatkan ketidaktahuan pembeli tentang harga suatu barang.

Dari hasil penelusuran pada tanggal 12 Mei 2020 telah terungkap bahwa di pasar Banjaran ditemukan kasus penipuan yang dilakukan oleh pemasok dengan cara mencampurkan daging babi dengan boraks supaya daging babi tersebut terlihat menyerupai daging sapi dan hal tersebut diketahui oleh masyarakat yang mulai curiga dengan daging yang dijual dalam keadaan beku. Dan masyarakat yang mulai curiga itu melapor untuk ditelusuri dan terbukti bahwa kecurigaan itu benar terjadi adanya, dengan kejadian tersebut membuat beberapa pedagang yang menjual daging sapi asli merasa dirugikan karena kasus tersebut menyebabkan omzet menurun dalam fenomena ini melanggar prinsip dari kejujuran dan bertanggung jawab.

Selain permasalahan di atas, di pasar tradisional mempunyai sisi positif yang identik dengan budaya kearifan lokal salah satunya yaitu adanya komunikasi secara langsung antara penjual dan pembeli, pembeli juga dapat mengembalikan barang sesuai dengan kesepakatan serta ada pembagian bonus kepada para pelanggan setia.

Kearifan local tersebut tidak akan ditemukan di pasar modern.

Setelah melihat dan memperhatikan permasalahan di atas, maka pertanyaan yang akan muncul adalah mengapa ada penjual yang bersikap demikian dan mengapa terjadi ketidakpuasan pada pembeli. Apakah hal itu muncul karena ketidakpahaman pedagang dalam transaksi jual beli atau karena kesengajaan. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik mengkaji dan meneliti Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual-Beli di Pasar Tradisional Banjaran.

B. Rumusan Masalah

Pada latar belakang masalah diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Etika Bisnis pedagang dalam transaksi jual beli di pasar Banjaran Kabupaten Bandung ?
2. Apakah Penerapan etika bisnis pedagang sudah sesuai dengan etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Banjaran Kabupaten Bandung ?

C. Tujuan Penelitian

Berpijak pada rumusan masalah diatas, maka peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis penerapan Etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar Banjaran Kabupaten Bandung
2. Untuk mengetahui apakah penerapan etika bisnis pedagang sudah sesuai dengan etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Banjaran Kabupaten Bandung

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penulisan dan wacana baru khususnya dalam etika bisnis Islam mengenai jual beli

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini akan menambah wawasan dan pengetahuan tentang etika bisnis Islam dalam perdagangan di pasar tradisional.

b. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas mengenai etika bisnis dalam perdagangan di pasar tradisional.

c. Bagi Pedagang Pasar Tradisional

Diharapkan penelitian ini menjadi sumbangan pemikiran yang memberikan pertimbangan serta perhatian yang mendalam terhadap jual beli bagi pihak-pihak terkait khususnya dalam etika berbisnis

d. Bagi Masyarakat Umum

Diharapkan penelitian ini akan memberikan informasi kepada masyarakat