

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia termasuk salah satu negara yang sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai pedagang, baik itu pedagang besar maupun pedagang kecil. Populasi penduduk di Indonesia yang berberprofesi sebagai pedagang baik pedagang grosir maupun eceran tercatat dari tahun 2011 sampai bulan Februari 2016 berada di posisi kedua yaitu sebanyak 28,5 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia sekitar 255 juta jiwa (<http://www.bps.go.id>., diakses tanggal 4 April 2017).

Berdagang menjadi suatu pilihan yang sangat sederhana bagi masyarakat untuk mencari nafkah. Dimulai dari modal yang relatif kecil disertai keahlian yang cukup sudah bisa berdagang sehingga dari hasil berdagang kebutuhan mereka dapat terpenuhi.

Berdasarkan data statistik yang dilakukan oleh BPS (Badan Pusat Statistik) pada sensus penduduk tahun 2010, tercatat 87, 2 % (207, 2 jiwa) dari 236, 4 juta jiwa masyarakat beragama Islam. Oleh karena itu, masyarakat beragama Islam tentunya memiliki peran yang sangat penting dalam

perkembangan perekonomian negara (<http://www.bps.go.id>., diakses tanggal 11 November 2016).

Disisi lain, pelaku ekonomi dalam sektor mikro yaitu konsumen, produsen, dan *government* dipertemukan dalam mekanisme pasar dimana terjadinya interaksi sosial antara permintaan dan penawaran atau biasa disebut perdagangan yang akan menentukan tingkat harga tertentu. Dengan kata lain, pelaku ekonomi dalam sektor mikro tersebut ikut andil dalam perkembangan perekonomian negara.

Dalam ruang lingkup perdagangan, seorang pedagang mengejar keuntungan merupakan suatu hal yang sangat wajar, akan tetapi mencapai keuntungan tersebut perlu memperhatikan pihak lain. Salah satu bentuk perhatian tersebut yaitu dengan berperilaku etis dalam berdagang demi kelangsungan hidup pedagang itu sendiri. Perilaku etis seorang pedagang dapat berupa menerapkan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitasnya jika dilihat dari perspektif jangka panjang. Perilaku yang tidak etis dapat merugikan dirinya sendiri karena di kemudian hari hal-hal yang tidak diinginkan bisa saja terjadi jika seorang pedagang tidak menerapkan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitasnya.

Perilaku etis dengan menerapkan nilai-nilai moral dalam aktivitas berdagang telah ditetapkan dalam ajaran Islam dimana Islam memberi garis pemisah atau suatu batasan antara hal-hal yang boleh dilakukan dan hal-hal yang tidak boleh dilakukan, seperti menghalalkan segala cara berupa

kecurangan, penipuan, riba, sumpah palsu, menyuap, dan perbuatan-perbuatan yang tidak boleh lainnya. Garis pemisah atau suatu batasan inilah yang biasa dikenal dengan istilah etika (Amalia, 2012: 2).

Islam mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya dengan aktivitas perdagangan. Sangat penting bagi seorang pedagang khususnya pedagang Muslim mengaplikasikan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitasnya karena hal ini berkaitan dengan kewajiban seorang Muslim melaksanakan suatu aturan yang telah diatur dalam Islam.

Wajib bagi seorang Muslim untuk berusaha semaksimal mungkin dalam melaksanakan aturan yang telah ditetapkan dalam ajaran Islam sehingga dalam segala aspek kehidupan terdapat nilai-nilai Islam. Penerapan aturan tersebut pada hakikatnya berupa keadilan dan stabilitasi dalam bermuamalah untuk terpenuhinya kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata. Oleh karena itu, penerapan tersebut khususnya dalam bermuamalah dapat mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan sehingga tidak mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di kehidupan bermasyarakat (Amalia, 2012: 3).

Aturan dalam Islam menjadikan kehidupan manusia memiliki nilai-nilai persaudaraan dan keadilan sosial ekonomi serta menuntut kepuasan materi yang rohani. Kesejahteraan dan kehidupan yang lebih baik dapat terwujud ketika manusia mengikuti aturan dalam ajaran Islam sehingga bernilai ibadah bagi yang menjalankannya. Tujuan inilah yang bisa

mewujudkan kemaslahatan bagi manusia di dunia atau biasa disebut dengan *Maqashid Syari'ah* (Tim Pengembangan Perbankan Syari'ah Institut Bankir Indonesia, 2001: 10). Allah SWT menjadikan perdagangan sebagai salah satu cara untuk mewujudkan kemaslahatan tersebut melalui harta yang didapat. (Asnawi, 2004: 4).

Prancis memiliki Kota Paris dengan produk pakaian terkenal di seluruh dunia, Indonesia pun memiliki Kota *Fashion* sendiri yaitu Kota yang saat ini dijuluki "*Paris Van Java*" (Bandung). Kota Bandung merupakan kota *fashion* bagi setiap kalangan dimana berbagai *brand* pakaian berkumpul di kota tersebut baik yang di produksi langsung di kota tersebut maupun yang didatangkan dari berbagai daerah di Indonesia, sehingga tidak heran Bandung menjadi tempat wisata belanja baik bagi para wisatawan maupun masyarakat kota Bandung itu sendiri. Selain *outlet*, Butik dan juga mall, Bandung memiliki tempat-tempat belanja pakaian yang menjadi pusat grosir dan eceran, contohnya seperti Pasar Baru, Pasar Andir, Pasar Cihampelas, dan Pasar Gedebage.

Pasar Andir Trade Center merupakan salah satu pasar pusat grosir pakaian di Kota Bandung. Aneka *fashion* bisa ditemukan di Pasar Andir. Lokasi Pasar Andir Trade Center terletak sebelah Jln. Jenderal Sudirman, tepatnya di (Jl. Waringin No.1, Ciroyom, Andir, Kota Bandung, Jawa Barat).

Pasar Andir Trade Center Bandung memang berbeda jauh dengan Pasar Baru yang sudah mentereng *plus* fasilitas yang lengkap, akan tetapi

pasar ini tetap menjadi favorit bagi konsumen khususnya warga Bandung sendiri karena memiliki daya harga lebih miring yang bisa mencapai 10-50% dari pada harga di pasar sentra yang lain dan proses transaksi pun bisa dengan gaya tawar-menawar (<http://www.wisata.bdg.com>., diakses tanggal 12 November 2016).

Sekilas Pasar Andir Trade Center ini terlihat sama saja dengan pasar sentra yang lain, akan tetapi ada sesuatu yang menarik. Jika pelaku bisnis biasanya telah menetapkan harga grosir dengan harga pas (tidak bisa ditawar lagi) pada suatu barang yang akan ia jual, terdapat pedagang di pasar Andir Trade Center Bandung yang masih memberi kesempatan kepada konsumen untuk bernegosiasi terhadap barang grosir. Maksudnya adalah ketika konsumen melakukan penawaran terhadap barang grosir yang akan ia beli dengan gaya tawar menawar, si penjual menerima permintaan konsumen tersebut sampai terjadi kesepakatan antara keduanya. Hal tersebut sebagaimana dalam riwayat Jabir bin Abdullah *radiallahu 'anhu*:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى

Dari Jabir bin 'Abdullah radliallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Allah merahmati orang yang memudahkan ketika menjual dan ketika membeli dan juga orang yang meminta haknya" (H.R Bukhari No. 2076, versi Fathul Bari).

Transaksi jual beli yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Andir Trade Center Bandung memang sudah menjadi perilaku keseharian seorang pedagang untuk memberikan kesempatan pada konsumen untuk bertransaksi

jual beli grosir dengan gaya tawar menawar dikarenakan konsumen barang grosir kebanyakan adalah penjual/pelaku usaha *online* yang dimana mereka (pembeli) membeli barang bukan hanya untuk konsumsi pribadi melainkan untuk di jual kembali (Wawancara dengan Sumardi, salah satu pedagang di pasar Andir Trade Center Bandung tanggal 29 Juni 2017).

Adanya etika pedagang untuk mencapai kesepakatan (suka sama suka) dalam bertransaksi jual beli jika ditinjau dari sudut pandang konsumen maka kepuasan atas kebutuhannya terpenuhi dan jika ditinjau dari sudut pandang penjual maka keuntungannya akan berkurang dari yang telah diekspektasikan akan tetapi kepuasan seorang pedagang tersebut akan tetap terpenuhi karena walaupun dengan keuntungan yang berkurang etika/perilaku seorang pedagang terealisasi terhadap konsumen tersebut.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam (Q.S An-Nisa / 4: 29):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا -

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S An-Nisa, / 4: 29).

Etika seorang pedagang tersebut sesuai dengan etika bisnis Islam menurut (Al-Qardhawi, 2001: 173), yaitu: (1) Tidak memperjual-belian produk/barang yang sifatnya haram. (2) Mengedepankan kejujuran. (3) Berperilaku adil dan tidak menerapkan sistem bunga. (4) Tidak melakukan

praktik monopoli (5) Menegakkan toleransi dan persaudaraan, dan (6) Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

Kemaslahatan yang terjalin antara pedagang dan konsumen tersebut menjadikan persaudaraan dan keadilan sosio-ekonomi (muamalat) terpenuhi sehingga yang dihasilkan kepuasan yang seimbang antara kepuasan materi yang rohani (Tim Pengembangan Perbankan Syari'ah Institut Bankir Indonesia, 2001: 10).

Dari uraian yang telah disampaikan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang etika bisnis pedagang pakaian dalam perspektif *Maqashid Syari'ah* dengan judul **“Analisis Etika Bisnis Pedagang Pakaian Terhadap Transaksi Jual Beli dalam Perspektif *Maqashid Syari'ah*” (Studi Kasus di Pasar Andir Trade Center Bandung).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah:

1. Bagaimana etika bisnis pedagang pakaian terhadap transaksi jual beli di Pasar Andir Trade Center Bandung?
2. Bagaimana tinjauan teori *Maqashid Syari'ah* dalam etika bisnis pedagang pakaian terhadap transaksi jual beli di Pasar Andir Trade Center Bandung?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui etika bisnis pedagang pakaian terhadap transaksi jual beli di pasar Andir *Trade Center* Bandung
- b. Mendeskripsikan bagaimana teori *Maqashid Syari'ah* dalam etika bisnis pedagang terhadap transaksi jual beli di Pasar Andir *Trade Center* Bandung

2. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi perkembangan ekonomi Islam dalam bermuamalah baik bagi penulis, akademisi, serta masyarakat Muslim pada umumnya dan masyarakat Muslim di Pasar Andir *Trade Center* Bandung pada khususnya. Adapun manfaat penelitian ini yaitu:

a. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk mengaktualisasikan teori yang berhasil peneliti dapat ketika berada pada bangku perkuliahan dan menambah wawasan atau pengetahuan penulis serta mengimplementasikannya dalam bentuk penelitian

mengenai etika bisnis terhadap transaksi jual beli dalam perspektif *Maqashid Syari'ah*.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran bagi pengembangan ekonomi Islam dalam bermuamalah pada khususnya, serta diharapkan menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang etika bisnis terhadap jual beli dalam perspektif *Maqashid Syari'ah*.

c. Bagi pihak pedagang Pasar Andir Trade Center Bandung

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi catatan atau koreksi untuk mengaktualisasikan bermuamalah dari segi etika bisnis terhadap transaksi jual beli serta menuju kepada kehidupan yang sejahtera.

D. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi tentang gambaran umum untuk memberikan wawasan tentang arah penelitian yang dilakukan. Dengan membaca bab ini, dapat memberikan informasi mengenai konteks dan urgensi penelitian yang

diuraikan secara jelas pada latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II: Tinjauan Pustaka dan Kerangka Teori

Bab ini memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus penelitian pada skripsi ini serta kerangka teoritik yang berfungsi sebagai bahan penjas konteks penelitian dan sebagai alat pembahasan hasil penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini memuat secara rinci mengenai metode penelitian yang digunakan serta jenis penelitian, lokasi, populasi dan sampel, metode pengumpulan data serta analisis data yang digunakan untuk memperjelas langkah-langkah penelitian secara operasional.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang gambaran dari objek penelitian, penjelasan mengenai hasil penelitian, posisi hasil penelitian terhadap teori yang ada, serta penafsiran dan penjas dari hasil yang didapatkan di lapangan. Kesimpulan dari hasil penelitian tersebut kemudian disajikan dalam tabel atau lainnya yang sejenis yang berfungsi untuk mempermudah penarikan kesimpulan penelitian yang akan dibahas pada bab lainnya.

BAB V: Penutup

Bab ini menyajikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan diambil dari hasil informasi penelitian, sedangkan saran merupakan masukan-masukan yang selaras dengan manfaat penelitian yang bermanfaat untuk kemungkinan pengembangan di masa depan.