

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya, tidak terkecuali dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dibutuhkan suatu sarana untuk dapat saling memenuhi kebutuhan, salah satu sarana tersebut adalah pasar.

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau lebih jelasnya, daerah, tempat, wilayah, area yang mengandung kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk harga. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi serta alokasi sumber daya dalam masyarakat. Perdagangan mempunyai peran penting dalam menggerakkan perekonomian masyarakat dan salah satu bentuk ibadah dimana kegiatan yang dilakukan tidak hanya untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk kepentingan orang banyak.¹

Bisnis merupakan aktivitas yang cakupannya luas. Bisnis meliputi aktivitas memproduksi barang tambang atau pertanian dari bumi, memproses bahan-bahan dasar hingga berguna, membuat berbagai barang jadi, mendistribusikan barang, menyediakan jasa, menjual dan membeli barang dagangan ataupun aktivitas yang berkaitan dengan suatu pekerjaan yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan. Bisnis juga merupakan serangkaian kegiatan yang terdiri dari tukar-menukar, jual beli,

¹Sugiarto dkk, *Ekonomi Mikro Sebuah Kajian Komprehensif* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), h. 34.

memproduksi-memasarkan, bekerja mempekerjakan dan interaksi manusia lainnya dengan maksud memperoleh keuntungan.²

Pada masa Rasulullah saw dan *Khulafaurrasyidun* pasar memegang peranan penting dalam perekonomian masyarakat muslim. Bukan hanya itu, perdagangan juga salah satu usaha bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah saw. Nabi Muhammad saw adalah pedagang, mulai dari umur 7 tahun dia sudah diajak oleh pamannya Abu Thalib berdagang ke Syam dan sejalan dengan usianya yang semakin dewasa, Nabi Muhammad saw semakin giat berdagang baik dengan modal sendiri maupun bermitra dengan orang lain. Nabi Muhammad saw adalah seorang pedagang yang professional di dalam menjalankan dagangannya. Dia dikenal sebagai orang yang jujur dalam berbisnis, sehingga menjadikan banyak orang yang percaya kepadanya.³

Aktivitas dagang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Melalui jalan inilah, pintu-pintu rezeki akan dapat dibuka sehingga karunia Allah terpancar dari padanya. Aktivitas perdagangan pada masa sekarang ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Pada era sekarang, orang semakin dituntut memenuhi kebutuhan hidupnya yang beranekaragam. Disamping itu terdapat pula kebutuhan ekonomi yang serba mahal.

Jika meneladani Rasulullah saw. saat melakukan perdagangan, maka beliau sangat mengedepankan adab dan etika berdagang yang luar biasa. Etika dan adab perdagangan inilah yang dapat disebut sebagai strategi dalam berdagang.⁴

²M.Quraish Shihab, *Berbisnis Dengan Allah* (Cet.I; Tangerang: Lentera Hati, 2008), h. 6.

³Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, Vol.19, No.1, 2011, h. 132.

⁴Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan* (Cet.I; Jakarta :PT Kharisma Putra Utama, 2016), h. 4.

Etika adalah suatu ilmu yang membahas tentang arti baik dan buruk, benar dan salah kemudian manusia menggunakan akal dan hati nuraninya untuk mencapai tujuan hidup yang baik dan benar sesuai dengan tujuan yang dikehendaki. Jadi manusia dapat melakukan apa saja yang dikehendaki yang dianggap baik dan benar, meskipun hati nuraninya menolak dan yang terpenting tujuannya dapat tercapai. Etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.⁵ Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Tujuan lain etika bisnis bukan mengubah keyakinan moral seseorang, melainkan untuk meningkatkan keyakinan itu sehingga orang percaya pada diri sendiri dan akan memberlakukannya di bidang bisnis.⁶ Dengan demikian seseorang yang melakukan kegiatan bisnis dapat mengetahui bahwa ia melakukan kegiatan bisnis bukan semata-mata akan mencari keuntungan saja melainkan ridho Allah swt dengan cara yang baik yang mementingkan perasaan atau kepuasan konsumen dengan tidak melakukan kecurangan atau unsur-unsur tertentu yang dapat meragukan dan mengecewakan pihak konsumen.

Problematika bagi perekonomian Islam ialah banyaknya praktek perekonomian pada sebagian masyarakat Islam yang jauh bahkan tidak sesuai dengan nilai-nilai keIslaman. Misalnya melakukan kecurangan dan penipuan dalam

⁵R.Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Cet I; Yogyakarta: PT.Lkis Printing Cemerlang, 2006), h. 16.

⁶Mabarroh Azizah, Etika Perilaku Periklanan dalam Bisnis Islam, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. Vol.3, No.1, 2013, h. 44.

berdagang, padahal hal ini dilarang, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Mutaffifin (83):1-3.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وُزَنُوا لَهُمْ خُسْرًا ﴿٣﴾

Terjemahnya:

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.⁷

Dari ketentuan ayat tersebut diatas tersirat pengertian segala bentuk kecurangan atau penipuan dilarang dalam rangka memperoleh kekayaan terutama terdapat bagi pelaku bisnis.⁸ Selanjutnya tentang hal jual beli (perdagangan) yang tidak dilakukan lagi secara suka sama suka tetapi dilakukan secara batil, mengintimidasi, mengeksploitasi, dan melakukan pemaksaan. Allah Swt berfirman dalam QS. An-Nisa' (4):29.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka samasuka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.⁹

⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung:PT Sygma Examedia Arkanleema, 2009), h. 587

⁸Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir* (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 23.

⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Syaamil, 2005), h. 83

Selama ini banyak orang memahami bisnis adalah dengan tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin.¹⁰ Hal ini tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggungjawab sosial dan mengabaikan etika bisnis. Sebagaimana Rasulullah saw. selaku pelaku bisnis beliau menerapkan ekonomi yang berdasarkan kejujuran sebagai etika dasar dengan tidak menyembunyikan kekurangan dan mengunggulkan barang dagangannya.¹¹

Namun faktanya yang menjadi permasalahan dalam melakukan jual beli pakaian di Pasar Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang ini tidak terelakkan terjadinya persaingan yang tidak sehat dan tidak sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Misalnya, melakukan kecurangan, penipuan dalam berdagang dan biasanya mengintimidasi dan pemaksaan padahal hal ini dilarang.

Maka penerapan Etika Bisnis Islam sangatlah penting karena dalam suatu jual beli atau berdagang memerlukan pelaku yang jujur, adil dan tidak curang dan sifat-sifat tercela lainnya sehingga bisnis tersebut saling menguntungkan keduanya baik penjual atau pembeli akan tetapi hal tersebut belum terlaksana di Pasar Ujung Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang. Untuk itu peneliti mengangkatnya dengan

¹⁰Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an Dibawah Naungan Al-Qur'an*, Jilid 2 (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 55.

¹¹Nur Chamid, *Marketing Syari'ah Sebagai Perangkat Dalam Menjalankan Bisnis Beretika dan Trend Bisnis Dunia Global*, Jurnal Hukum Islam, Vol.7, No.1, 2014, h. 20.

judul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Di Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka pokok permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian di Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang ?
- 1.2.2 Bagaimana Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian di Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian di Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang.
- 1.3.2 Untuk mengetahui Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian di Pasar Ujung Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan tercapainya tujuan di atas, diharapkan hasil penelitian ini mempunyai nilai tambah dan memberikan kemanfaatan bagi para pembaca terutama bagi penulis sendiri. Adapun kegunaan hasil penelitian ini, antara lain:

- 1.4.1 Kegunaan Teoritis, menambah khazanah keilmuan serta dapat dijadikan acuan lagi bagi peneliti-peneliti atau kalangan yang ingin mengkaji masalah ini pada suatu saat nanti.

- 1.4.2 Kegunaan Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada masyarakat mengenai Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang Pakaian Di Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang.

