

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menguraikan lebih lanjut, terlebih dahulu akan diberikan penegasan judul. Dalam penegasan judul, penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang digunakan didalam skripsi ini. Pemberian penegasan judul diperlukan untuk member batasan terhadap arti kalimat dalam skripsi ini. Hal ini bertujuan agar pembaca memperoleh gambaran yang jelas dari maksna yang dimaksud dan untuk menghindari kekeliruan pada pembaca. Adapun judul skripsi ini adalah **“PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI UNTUK MEYAKINKAN PIHAK PEMBELI (Studi Pada Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat)”**.

1. Penerapan adalah sebuah tindakan baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan.<sup>1</sup>
2. Etika Bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Pius A Partanto dan m. Dahlan Al Barry, Kamus Ilmiah Populer Arkola, (Surabaya, 2010), H.30

<sup>2</sup> Mustaq Ahmad, Etika Bisnis Islam, Pustaka Al-kautsar, (Yogyakarta,2003), H.38

3. Transaksi adalah kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan paling tidak dua belah pihak (seseorang dengan seseorang atau beberapa orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam dan lain-lain atas dasar suka sama suka ataupun atas dasar suatu ketetapan hukum atau syariat yang berlaku.<sup>3</sup>
4. Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara' dan yang disepakati.<sup>4</sup>
5. Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dataran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.
6. Pembeli adalah seseorang yang membeli sesuatu barang maupun makanan dan sebagainya. Pembeli juga adalah seseorang atau suatu perusahaan yang membeli atau menggunakan barang atau jasa tertentu.

Dari penegasan judul diatas, maka yang dimaksud dari skripsi adalah memberikan gambaran-gambaran serta mengukur penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli untuk meyakinkan pihak pembeli di pasar

---

<sup>3</sup>Selamat Wiyono, Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah Berdasarkan PSAK dan PAPS, (Jakarta : Grasindo,2012), H. 25

<sup>4</sup>Hendi Suhendi, Fiqih Muamalah, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2008), H. 68

kenali kecamatan belalau, dilihat dari cara pedagang menjual dagangannya kepada para pembeli apakah sudah sesuai dengan etika bisnis yang berlaku.

## **B. Alasan Memilih Judul**

### **1. Objektif**

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli itu adalah pasar, dalam lingkungan pemasaran dapat berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang ancaman. Seiring berkembangnya zaman yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis begitu tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Prilaku penyimpangan masih banyak ditemukan di pasar tradisional terutama di pasar kenali kecamatan belalau kabupaten lampung barat contohnya: pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang dengan kuliatas bagus dengan kualitas yang buruk, dan bahkan ada pedagang yang bersifat memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya. Selain itu ada beberapa pedagang ketika melayani pembeli bersikap ramah, atau bermurah hati yang ditandai dengan pelayanan dengan raut wajah kurang bersahabat, dimana kecurangan-kecurangan tersebut sangat bertentangan dengan etika bisnis islam.

Transaksi jual beli yang sah menurut ajaran agama islam harus memenuhi rukun dan syarat sah jual beli itu sendiri, diantaranya berakal, ada yang berakad, ada sighthat (lafal ijab dan qabul), barang yang dibeli, nilai pengganti dan lain sebagainya. Yang mana jual beli merupakan sebuah proses pertukaran barang yang bernilai antara pembeli dengan penjual atas dasar suka sama suka dan tidak bertentangan dengan syariat islam.

## 2. Subjektif

- a. penulis merasa optimis, dapat menyelesaikan penelitian ini dengan tersedianya data dan literature dan dengan target dan biaya yang telah direncanakan dan hasilnya sangat bermanfaat bagi pengembangan kemampuan penulis ilmiah bagi peneliti
- b. masalah yang penulis bahas dalam skripsi ini relevan dengan disiplin ilmu yang penulis tekuni.

## C. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini, bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomis dan mempunyai peranan sangat vital dalam memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu, sosial, regional, nasional, maupun internasional. Setiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Bisnis adalah kegiatan ekonomis. Hal yang terjadi dalam hal ini adalah tukar menukar, jual beli, memproduksi memasarkan, bekerja memperkerjakan serta interaksi

manusiawi lainnya dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.<sup>5</sup>Salah satu tempat berlangsungnya kegiatan bisnis adalah pasar.Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli atau lebih jelasnya, daerah, tempat, wilayah, yang mengandung kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk harga.<sup>6</sup>Artinya berlangsungnya kegiatan kegiatan jual beli di pasar merupakan sebuah kegiatan bisnis melalui penawaran harga anatar penjual dan pembeli.Kemudian terdapat keseimbangan dalam transaksi sampai terjadinya kesepakatan harga yang memberikan keuntungan bagi penjual dan tidak merugikan pembeli.

Sebagai tempat kegiatan bisnis pasar memiliki bentuk fisik yang terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pusat perbelanjaan modern.Pasar tradisional biasanya di dominasi oleh masyarakat yang memiliki ekonomi menengah ke bawah.Biasanya harga kebutuhan di pasar tradisional lebih murah dan lebih terjangkau. Kendali demikian pasar tradisional pun memiliki kekurangan yaitu, jalannya becek dan kotor, kemudian kesehatan dan kehygienisan makanan tidak terjaga dengan baik. Namun demikian masyarakat lebih banyak memilih pasar tradisional sebagai tempat untuk berbelanja kebutuhan pokok rumah tangga.Sedan bgkan pasar modern didominasi oleh masyarakat yang memiliki tingkat perekonomian menengah ke atas. Pasar modern biasanya terdapat pada pusat perbelanjaan atau Swalayan.Pasar modern memiliki tempat yang

---

<sup>5</sup> Norvadewi, Binsis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, dan landasan Normatif). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (2015), h. 33.

<sup>6</sup> M.fuad, Christin H,*Pengantar Bisnis* ( Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama, 2006 ), h.120.

rapih dan nyaman. Kemudian sifat transaksi yang ada di pasar modern biasanya mengikuti bandrol harga yang sudah ditetapkan. Seiring perkembangan zaman yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi. Adanya persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Etika bisnis sebagai seperangkat nilai yang tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapa pun dalam aktifitas bisnis.<sup>7</sup>

Adapun yang dimaksud dengan prinsip umum dalam etika bisnis ialah karakter bisnis yang sangat menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis, dan karakter ini suka atau tidak harus dimiliki oleh para pebisnis. Oleh karena itu tidak semua usaha perdagangan diperbolehkan, baik dari cara pelaksanaannya ataupun jenis barang yang diperdagangkan. Ajaran islam melarang orang memakan harta yang diadapat secara tidak benar, atau secara tidak halal.<sup>8</sup> Tak jarang pedagang melakukan penyimpangan dalam bisnisnya yang tidak dijalankan dengan menggunakan prinsip etika bisnis seperti kejujuran. Kejujuran dalam perdagangan tetap dapat diwujudkan dengan dengan cara pedagang mengatakan secara jujur bahwa barang

---

<sup>7</sup>H. Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: PLUS12, 2012), h.29.

<sup>8</sup> Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (2006), h.13.

dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang yang berkualitas buruk. Perilaku yang etis sangat penting untuk keberlangsungan hidup bisnis itu sendiri.<sup>9</sup>Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang. Maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak pembeli. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen maka dari itu nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW dengan kegiatan perdagangan yang dilakukan secara adil dan jujur akan menjadikan pedagang yang baik yang tidak ada persaingan yang tidak sehat di dalamnya yang dapat mengakibatkan meningkatnya harga barang-barang secara zalim yang sangat dilarang oleh Islam. Sebagai contoh, banyak ditemukan para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang seperti kecurangan dalam takaran, rekayasa harga, dan praktik riba.

Untuk itu diperlukan aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan, maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut. Kenyataan yang kita hadapi sekarang di masyarakat adaah perilaku menyimpang dari ajaran agama dan merosotnya nilai etika dalam bisnis.<sup>10</sup> Dalam melakukan jual beli sering muslim tidak boleh melakukan kecurangan atau penipuan, baik pada

---

<sup>9</sup>K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis* (Yogyakarta:KANISIUS, 2000 ), h. 20.

<sup>10</sup>Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, dan landasan Normatif)". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (2015), h. 33-34.

timbangan, ukuran, maupun takaran. Dalam Islam penipuan termasuk salah satu substansi pekerjaan yang kotor dan harus di jauhi karena melanggar etika jual beli dalam Islam. Kedudukan pasar dalam Islam begitu tinggi sebab selain bidang pertanian perdagangan merupakan salah satu profesi yang sangat dianjurkan oleh Islam dalam karakteristik pasar Islam, di dalamnya terdapat aturan mekanisme dan nilai-nilai Islam yang dijadikan standar aktifitas. Karakteristik inilah yang menjadi kekhasan Islam yang tidak mengenal pemisahan ranah dunia dan akherat, masjid dan pasar, agama dan politik. Adapun aktifitas bisnis yang berorientasi materil selalu diimbangi dengan kecintaan membelanjakan harta di jalan Allah (*spirituil*) karena kebolehan mengeruk kekayaan tidak dilakukan dengan wasilah mengeksploitisir pihak-pihak yang lemah secara ekonomi adapun jalan tengah (*moderatisme*) Islam dengan kemunculannya pada dunia bisnis yang dicirikan pada keberpihakannya pada kondisi pasar.

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli itu adalah pasar, dalam lingkungan pemasaran dapat berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman. Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Seperti contoh,



masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam penjualan dan masalah yang rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional. Perilaku menyimpang ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk dan lain sebagainya.<sup>11</sup> Sehingga kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar, mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang yang dijual. Kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya, oleh karena itu informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara ayat 181-183:

---

<sup>11</sup> Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010, h. 2

خَسُوا وَلَا ۖ الْمُسْتَقِيمَ بِالْقِسْطِ وَسِوَا ۖ الْمُخْسِرِينَ مَن تَكُونُوا وَلَا الْكَيْلَ أَوْفُوا ۖ  
 مُفْسِدِينَ الْأَرْضِ فِي تَعْتُوا وَلَا أَشْيَاءَ هُمُ النَّاسِ تَب ۖ

*Artinya: “sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;”<sup>12</sup>*

Maksud dari ayat diatas adalah Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun, adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.<sup>13</sup>

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.<sup>14</sup> Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan etika bisnis akan mutlak dan harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang

<sup>12</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : Diponegoro, 2011), h. 374

<sup>13</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : Walisongo Press, 2013), h. 154

<sup>14</sup> H. Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 53

yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli. Salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan adalah pasar tradisional yang berada di Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat. Penulis memilih Pasar Kenali sebagai objek penelitian alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Menurut pengamatan sementara yang dilakukan penulis kepada pedagang Pasar Kenali bahwa para pedagang tidak menepati janji yang dibuat dengan pembeli. Selain itu, ada pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau murah hati dengan ditandai pelayanan dengan raut wajah yang kurang bersahabat.<sup>15</sup> Untuk lebih jelasnya penulis akan mengemukakan beberapa kasus yang terjadi berkenaan dengan pelaksanaan transaksi yang terjadi di pasar tradisional yang ada di Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat, salah satu diantaranya :

1. Waktu itu saya membeli jam tangan di Pasar Kenali. Ketika membeli tidak saya periksa jam tangan itu secara teliti. Sesampainya di rumah dengan iseng saya periksa jam tangan saya lagi dan semua baik-baik saja, tiba-tiba saya lihat ada tulisan agak besar berbentuk huruf awalnya saya kira itu tanda dari jam yang saya beli, tapi setelah saya perhatikan betul-betul ternyata huruf tersebut sengaja ditulis untuk

---

<sup>15</sup> Hasil pengamatan langsung, pada tanggal 16 november 2019

menutupi bagian bawah jam tangan saya yang pecah.” Ujar Luluk seorang pembeli.<sup>16</sup>

2. Waktu itu saya membeli sayuran pakis 3 ikat dan ikan patin sebanyak 1 kilogram dan setelah saya pulang dan ingin memasak sayur pakis ternyata pas dibuka pakisnya tua-tua banget sedangkan ikan patinnya semuanya busuk dan akhirnya berhubung jarak pasar dan rumah berdekatan maka dengan cepat saya kembali kepasar dan menukar ikan yang busuk itu tetapi sesampainya di pasar penjual tidak mengakui jika ikan itu berasal dari jualan yang dia jual dan akhirnya terjadi cekcok dengan penjual mungkin karena malu dengan orang-orang banyak dan takut jualan tidak laku, ujar siti si pembeli.<sup>17</sup>

Setelah melihat dan memperhatikan beberapa kasus diatas, maka pertanyaan yang akan muncul adalah mengapa ada penjual yang bersikap demikian dan mengapa terjadi ketidakpuasan pada diri pembeli. Apakah hal ini terjadi karena ketidakpahaman pedagang dalam transaksi jual beli atau karena kesengajaan. Sedangkan sudah jelas bahwa jual beli tidak boleh dilakukan atas dasar kemauan dan cara sendiri yang dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain. Islampun selalu bersumber pada nilai dan etika dalam jual beli, akan tetapi jual beli mempunyai peraturan dalam hukum islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah. Berdasarkan latar belakang di atas maka tertarik untuk mengkaji lebih jauh dengan melakukan

---

<sup>16</sup> Luluk, Pembeli ( Hasil wawancara )pada tanggal 16 November 2019

<sup>17</sup> Siti, Pembeli ( Hasil wawancara ), pada tanggal 16 November 2019

suatu penelitian ilmiah yang diberi judul ***“PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI UNTUK MEYAKINKAN PIHAK PEMBELI DI PASAR TRADISIONAL (Studi Pada Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat)”***.

Setelah melihat dan memperhatikan beberapa kasus di atas, maka pertanyaan yang akan muncul adalah mengapa ada penjual yang bersikap demikian dan mengapa terjadi ketidak puasan pada diri pembeli. Apakah hal itu muncul karena ketidak pahaman pedagang dalam transaksi jual beli atau karena kesengajaan. Sedangkan sudah jelas bahwa jual beli tidak boleh dilakukan atas dasar kemauan dan cara sendiri yang dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain. Islam pun selalu bersumber pada nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk wacana dalam jual beli, akan tetapi jual beli mempunyai peraturan dalam hukum Islam yang bersumber dari Al- Qur’an dan As-Sunnah.

Di pasar Kenali terdapat ratusan pedagang yang menjajakan dagangannya dengan berbagai jenis usaha atau dagangan. Berikut jumlah pedagang berdasarkan klasifikasi pedagang :

Berdasarkan wawancara dnegan Ibu Rita Asmara salah seorang pedagang yang terdapat di Pasar Kenali mengatakan bahwa di pasar tersebut terdapat persaingan yang cukup ketat baik dari segi kualitas, harga, produk, maupun pelayanan. Berdasarkan hasil pengamatan

penulis. Ada sebagian pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis dalam berdagang, misalnya dari segi kualitas, pedagang tersebut memberikan kualitas yang tidak baik. Hal ini jelas tidak diperbolehkan dalam etika berbisnis secara Islam. Namun dalam hal pelayanan rata-rata pedagang memberikan pelayanan yang baik dengan bersikap ramah kepada pembeli sehingga bisa menarik hati pembeli yang jelas tidak melanggar etika bisnis dalam Islam.<sup>18</sup>

Dari hasil *pra-riset*, di Pasar Kenali terdapat persaingan usaha (bisnis) yang cukup ketat, seperti persaingan dari segi harga, kualitas produk, dan pelayanan. Ada sebagian pedagang dalam memberikan harga terhadap produknya lebih rendah daripada harga pesaing dengan tujuan mematikan pesaingnya. Hal ini menimbulkan berbagai reaksi dari sebagian pedagang. Pedagang yang mempunyai modal yang besar merendahkan harga barang dagangannya untuk menjatuhkan pesaingnya yang mempunyai modal sedikit atau pas-pasan, dan ada pula pedagang yang meninggikan harga barang dagangannya, sehingga merugikan konsumen yang membeli barang dagangannya.

---

<sup>18</sup> Rita, Pedagang ( wawancara dengan pedagang ) pada hari minggu tanggal 23 november 2019

#### **D. Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak di teliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli untuk Meyakinkan Pihak Pembeli?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam di Pasar Kenali dalam transaksi jual beli dan Untuk Meyakinkan Pihak Pembeli jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan penelitian

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

- a. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli untuk meyakinkan pihak pembeli di pasar kenali kecamatan belalau kabupaten lampung barat.
- b. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam untuk meyakinkan pembeli di pasar kenali dalam transaksi jual beli jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis islam.

##### 2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diterapkan dari penelitian ini memberikan deskripsi pengembangan kepada dua wilayah yang berbeda, yaitu:

###### 1) Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan referensi yang dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama dengan penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam teori ekonomi islam, dalam rangka penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar tradisional.
- c. Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topic-topik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

## 2) Manfaat Praktis

### a. Bagi pedagang

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pedagang tentang hal-hal yang berkaitan dengan etika perdagangan dalam islam.

### b. Bagi masyarakat

Diharapkan masyarakat pada umumnya dapat mengerti tata cara dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan etika bisnis islam.

## **F. Metode penelitian**

Metode penelitian adalah cara yang dilaksanakan seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada ditempat penelitian dengan mengumpulkan ukuran-ukuran dalam pengetahuan, hal ini



dilakukan untuk menemukan kebenaran<sup>19</sup>. Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut;

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik bidang tertentu. Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia) di mana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data dilakukan secara induktif. Dalam penelitian ini meneliti tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar Kenali Kecamatan Belalau.

### 2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang,

---

<sup>19</sup>Kontjaraningrat, metode penelitian masyarakat, (Jakarta: PT.Gramedia,2010), H.13

pembeli dan para pengelola pasar yang melakukan transaksi jual beli di Pasar Kenali kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

a. Ukuran sampel

Adapun dalam penentuan besar kecilnya sampel tersebut, penulis berpedoman pada Suharsimi Arikunto, yaitu “untuk sekedar ancer-ancer maka apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.”<sup>20</sup> Jadi dari data populasi yang ada maka peneliti akan mengambil sampel 30% dari jumlah populasi yang ada. Yaitu jumlah keseluruhan pedagang di pasar betung berjumlah 100 dikali 30% = 30 pedagang dan peneliti juga mengambil populasi dari para pembeli di Pasar kenali yang berjumlah 250 dikali 10% = 25. Maka untuk memudahkan penelitian

---

<sup>20</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), Edisi Revisi, h.109

ini, jumlah sampel dari penelitian ini sebesar 55 responden. Penentuan sampel akan dijabarkan pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1**  
**Jumlah Populasi dan Sampel**

No	Pedagang	Jumlah Pedagang		Perkiraan Rata-Rata Jumlah Pembeli /Hari	
		Populasi	Sample	Populasi	Sample
1	Sayuran	20	5	50	3
2	Sembako	10	6	25	3
3	Aksesoris dan Emas	10	2	10	2
4	Buah-buahan	6	2	12	2
5	Bakso & mie ayam, sate, kue basah dan kering	10	5	40	3
6	Make up, alat tulis obat-obatan	8	2	15	2
7	Parabot	10	1	10	1
8	Sepatu, sandal, dan tas	19	1	15	2
9	Kain	22	1	10	1
10	Elektronik dan besi	10	1	10	2
11	Ayam, ikan, dan daging	27	2	20	3
12	Ikan hias, ayam dan burung	17	2	13	2
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>30</b>	<b>250</b>	<b>25</b>

Dalam penentuan ukuran sampel peneliti menggunakan Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan :

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= prosentasi kelonggaran ketidaktertarikan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

#### b. Teknik Pengambilan Sampel

Setelah jumlah sampel yang akan diambil dari populasi ditentukan, selanjutnya pengambilan sampel pun harus mengikuti prosedur yang telah ditentukan dalam teknik sampling. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel secara acak, yang dimaksud adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, sehingga metode ini sering disebut dengan metode yang baik. Ada beberapa cara pengambilan sampel dengan metode ini salah satunya yang dipakai adalah cara stratifikasi atau acak (stratified random sampling). Dalam teknik ini, setiap pedagang dan pembeli mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel penelitian. Sampel penelitian dipilih melalui peluang dan sistem acak atau random dimana pemilihan anggota

sampel setelah dimulai dengan pemilihan secara acak untuk responden pertama dan berikutnya.

### 3. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian dalam penelitian ini meliputi data primer dan data skunder.

#### a. Data primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Sumber data primer yang yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara maupun observasi langsung dengan para pedagang di pasar kenali, serta informan yang terkait dengan penelitian ini. Dengan kata lain data primer diperoleh dari para pedagang dan pembeli sebagai informan.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lain, misalnya dokumentasi laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi, website, buku, jurnal, serta data yang diperoleh dari kantor petugas pasar tradisional yang menunjang penelitian.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

##### a. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati, serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.<sup>21</sup>Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipasi pasif, artinya peneliti datang ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli) yang dilakukan oleh objek yang diamati.<sup>22</sup>Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan transaksi jual beli yang dilakukan pedagang di pasar kenali kecamatan belau.

##### b. Wawancara (Interview)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi. Adapun yang akan penulis wawancarai ialah:

---

<sup>21</sup> Haris Herdiansyah, Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif, (Jakarta: rajawali Press, 2013), h.132

<sup>22</sup>Sugiono, Op.Cit, h. 227

- a) 30 Pedagang Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat.
- b) 25 Pembeli di Pasar Kenali Kecamatan Belalau kabupaten Lampung Barat.
- c) Pengelola Pasar kenali Kecamatan Belalau kabupaten Lampung Barat

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berupa tulisan, gambaran atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkapan dari observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu buku-buku yang dijadikan sumber rujukan dalam penulisan skripsi. Dalam penelitian ini, dokumentasi di dapatkan dari arsip kantor pasar kenali yang menunjang dalam penelitian.

d. Teknik Analisis data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi serta membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam proses analisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif adalah menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai perilaku pedagang di pasar kenali kecamatan belalau kabupaten lampung barat sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Data hasil analisis

menggunakan angka-angka, dan dideskripsikan berdasarkan data hasil wawancara dan observasi yang diyakini kevalidannya. Setelah itu data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan.



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Etika Bisnis**

##### **1. Pengertian Etika Bisnis**

Adapun istilah etika apabila ditinjau secara teoritis dapat dibedakan kedalam dua pengertian, sekalipun pada saat praktik penggunaan kata tersebut tidak mudah untuk dibedakan. Pertama, kata etika berasal dari Yunani yaitu ethos yang dalam bentuk jamaknya (ta etha) yang berarti adat istiadat atau kebiasaan.<sup>23</sup> Dari pengertian pertama tersebut, etika berkaitan dengan suatu kebiasaan hidup yang baik, baik terdapat pada diri seseorang maupun pada suatu kelompok atau masyarakat. Kebiasaan ini lalu teraplikasi kedalam perilaku sehari-hari yang membentuk pola, dan terus berulang sehingga menjadi suatu kebiasaan.

Di dalam pengertian yang pertama ini, secara harfiah antara etika dan moralitas sama-sama memiliki arti suatu sistem nilai tentang bagaimana seorang manusia harus menjalani hidupnya dengan baik sebagai manusia yang telah terintegrasi kedalam suatu adat kebiasaan yang kemudian terwujud kedalam suatu pola perilaku yang terulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya suatu kebiasaan. Dari pemaparan pengertian etika tersebut suatu etika sebagaimana moralitas mempunyai esensi nilai dan norma-norma yang konkrit yang dijadikan

---

<sup>23</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 14.

sebagai pedoman dan landasan hidup bagi seorang manusia dalam perjalanan hidupnya.

Kedua, kata etika juga dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moralitas. Dalam hal ini etika mempunyai pengertian yang jauh lebih luas dan mendalam dari moralitas. Di dalam pengertian kedua ini, etika merupakan sebuah filsafat moral, atau bisa dipahami sebagai ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas. Etika sebagai filsafat moral tidak langsung memberikan perintah konkret sebagai pegangan hidup. Sebagai sebuah cabang filsafat, etika sangat ditekankan kepada suatu pendekatan kritis dalam melihat nilai dan norma moral dengan segala permasalahan yang ada ditengah masyarakat.<sup>24</sup> Dengan adanya dua pengertian antara etika dan moralitas diatas maka ada kesamaan antara etika dan moral.

Apabila di dalam hatinya tersirat suatu niat perbuatan yang kurang baik, atau bahkan tidak baik, jika seseorang tersebut melakukan perbuatan tersebut maka seseorang tersebut sesungguhnya telah melanggar etika dan moral. Di dalam Islam tentunya dikaitkan dengan akhlak, perilaku sata hati inilah yang amat ditekankan sebagai indikasi bahwa seseorang benar-benar mempunyai akhlak sesuai dengan syariat Islam.

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*Ethitcs is the science of good and bad*). Etika yang baik itu mencangkup :

---

<sup>24</sup>A. Sony Keraf, Op. Cit., hlm. 14.

- a. Kejujuran (*Honesty*) : mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
- b. Ketetapan (*Reliability*) : janjinya selalu tepat : tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
- c. Loyalitas : setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.
- d. Disiplin : tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.

### 1) Teori Etika Bisnis

R.W. Griffin mengemukakan bahwa etika adalah keyakinan mengenai tindakan yang benar dan salah atau tindakan yang baik atau buruk yang memengaruhi hal lainnya. Etika ini sangat erat hubungannya dengan perilaku manusia, khususnya perilaku para pelaku bisnis, apakah berperilaku etis atukah berperilaku tidak etis. R.W. Griffin mengemukakan bahwa perilaku etis adalah perilaku yang sesuai dengan norma-norma sosial yang diterima secara umum berkaitan dengan tindakan-tindakan yang bermanfaat dan yang membahayakan. Dalam bahasa Kant, etika berusaha menggugah kesadaran manusia untuk bertindak secara otonom dan bukan secara heteronom. Etika bermaksud

membantu manusia untuk bertindak secara bebas, tetapi dapat dipertanggungjawabkan.<sup>25</sup>

Menurut Scholl bisnis adalah aktivitas yang diorganisasi dan diatur untuk menyediakan barang dan atau jasa kepada konsumen dengan tujuan mencari laba. Menurut R.W. Griffin bisnis (perusahaan) adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud untuk mendapatkan laba.<sup>26</sup>

Jadi bisnis merupakan suatu lembaga menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam hal ini termasuk jasa dari pihak pemerintah dan swasta yang disediakan untuk melayani anggota masyarakat. Bisnis berarti sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa konsumen.<sup>27</sup>

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika ialah teori tentang perilaku perbuatan manusia dipandang dari nilai baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.<sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis Edisi I Cet 2*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012, hlm. 5

<sup>26</sup> Basri, *Bisnis Pengantar Edisi Pertama*, BPFE, Yogyakarta, 2005, hlm. 1.

<sup>27</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, ALFABETA, Bandung, 2009, hlm. 115.

<sup>28</sup> A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah: dalam Al-Qur'an*, AMZAH, Jakarta, 2010, hlm. 47.

Pada dasarnya teori etika terbagi atas lima macam, yaitu:<sup>29</sup>

a. Etika Deontologi

Menurut teori ini beberapa prinsip moral itu bersifat mengikat bagaimanapun akibatnya. Etika ini menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada dirinya sendiri. Teori ini menekankan kewajiban sebagai tolak ukur bagi penilaian baik atau buruknya perbuatan manusia, dengan mengabaikan dorongan lain seperti rasa cinta atau belas kasihan. Terdapat tiga kemungkinan seseorang memenuhi kewajibannya yaitu: karena nama baik, karena dorongan tulus dari hati nurani, serta memenuhi kewajibannya.

*Deontologist* menetapkan aturan, prinsip dan hak berdasarkan pada agama, tradisi, atau adat istiadat yang berlaku yang menjadi tantangan dalam penerapan *deontological* di sini adalah menentukan yang mana tugas, kewajiban, hak, prinsip yang didahulukan.

b. Etika Teleologi

Teori ini mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang mau dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan konsekuensi yang ditimbulkan oleh tindakan itu. Suatu tindakan dinilai baik jika tujuannya mencapai sesuatu yang baik atau jika konsekuensi yang

---

<sup>29</sup>Irham Fahmi, ETIKA BISNIS (Teori, Kasus, Dan Solusi), ALFABETA, Bandung, 2014, hlm. 16

ditimbulkannya baik dan berguna. Apabila kita akan memutuskan apa yang benar, kita tidak hanya melihat konsekuensi keputusan tersebut dari sudut pandang kepentingan kita sendiri. Tantangan yang sering dihadapi dalam penggunaan teori ini adalah kesulitan dalam mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam mengevaluasi semua kemungkinan konsekuensi dari keputusan yang diambil.

#### c. Etika Hak

Etika hak memberi bekal kepada pebisnis untuk mengevaluasi apakah tindakan, perbuatan dan kebijakan bisnisnya telah tergolong baik atau buruk dengan menggunakan kaidah hak seseorang. Hak seseorang sebagai manusia tidak dapat dikorbankan oleh orang lain atau statusnya.

Etika hak mempunyai sifat dasar dan asasi (*human rights*), sehingga etika hak tersebut merupakan hak yang : (1) Tidak dapat dicabut atau direbut karena sudah ada sejak manusia itu ada ; (2) Tidak tergantung dari persetujuan orang ; (3) Merupakan bagian dari eksistensi manusia di dunia.

#### d. Etika Keutamaan

Etika ini lebih mengutamakan pembangunan karakter moral pada diri setiap orang. Nilai moral bukan muncul dalam bentuk adanya aturan berupa larangan atau perintah, namun dalam bentuk teladan moral yang nyata dipraktekkan oleh tokoh-tokoh tertentu dalam masyarakat. Keuntungan teori ini bahwa para pengambil keputusan dapat dengan

mudah mencocokkan dengan standar etika komunitas tertentu untuk menentukan sesuatu itu benar atau salah tanpa ia harus menentukan kriteria terlebih dahulu (dengan asumsi telah ada kode perilaku).<sup>30</sup>

## 2) Indikator Etika Bisnis

Dari berbagai pandangan tentang etika bisnis, beberapa indikator yang dapat dipakai untuk menyatakan apakah seseorang dan suatu perusahaan telah melaksanakan etika bisnis dalam kegiatan usahanya antara lain adalah :

### a. Indikator etika bisnis menurut ekonomi

Apabila perusahaan atau pelaku bisnis telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.

### b. Indikator etika bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku

Berdasarkan indikator ini seseorang pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.

### c. Indikator etika bisnis menurut hukum

Berdasarkan indikator hukum seseorang atau suatu perusahaan dikatakan telah melaksanakan etika bisnis apabila seseorang pelaku bisnis atau suatu perusahaan telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

### d. Indikator etika berdasarkan ajaran agama

---

<sup>30</sup> Erni R. Ernawan, (Bandung: Alfabate, 2011), H. 12-24

Pelaku bisnis dianggap beretika bilamana dalam pelaksanaan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya.

e. Indikator etika berdasarkan nilai budaya

Setiap pelaku bisnis baik secara individu maupun kelembagaan telah menyelenggarakan bisnisnya dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada di sekitar operasi suatu perusahaan, daerah, dan suatu bangsa.

f. Indikator etika bisnis menurut masing-masing individu

## **B. Etika Bisnis Islam**

### 1. Pengertian Etika Bisnis Islami

Etika bisnis dalam perspektif Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi dalam dunia bisnis. Tuntunan Al-Qur'an dalam berbisnis dapat ditemukan dalam prinsip umum yang memuat nilai – nilai dasar yang dalam aktualisasinya disesuaikan dengan perkembangan zaman, dengan mempertimbangkan ruang dan waktu.<sup>31</sup>

Al Ghazali dalam bukunya *Ihya Ulumuddin* menjelaskan pengertian etika adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariat agama Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai

---

<sup>31</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani Press, Jakarta, 1997, hlm.173.



Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai suatu yang baik dan benar.<sup>32</sup>

Islam memandang bahwa berusaha atau bekerja merupakan bagian integral dari ajaran islam, nilai – nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis. Pada dasarnya Islam tidak memisahkan ekonomi dengan etika. Sebagaimana tidak pernah memisahkan ilmu dengan akhlak, politik dengan akhlak, dan perang dengan akhlak. Islam dari risalah yang diturunkan oleh Allah melalui Rasul untuk membenahi akhlak manusia. Nabi SAW bersabda: “Sesungguhnya ku diutus untuk menyempurnakan akhlak mulia”.

Perintah untuk berakhlak mulia dan larangan berperilaku tercela dimaksudkan agar manusia sebagai individu dan masyarakat mampu mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

## 2. Parameter Penerapan Etika Bisnis Islam

Tingkat pertumbuhan suatu bisnis banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor. Baik faktor yang berasal dari internal maupun faktor yang berasal dari eksternal. Baik faktor yang dapat mendukung kemajuan dan perkembangan bisnis, maupun faktor-faktor yang dapat menghambat perjalanan suatu bisnis. Ketika berbicara masalah perkembangan suatu bisnis, maka parameter yang biasa dipakai adalah “growth of profit”. Namun ternyata bukan hanya itu saja parameter yang digunakan untuk menilai perkembangan pada suatu bisnis. digunakan untuk mengukur

---

<sup>32</sup>Ali Hasan, Manajemen Bisnis Syariah Cet I, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009, hlm. 171.

kemajuan suatu bisnis. Untuk lebih jelasnya, parameter-parameter tersebut antara lain:<sup>33</sup>

a. Aspek Pemasaran

Untuk menganalisis aspek pemasaran akan dilakukan dengan menggunakan proses bauran pemasaran, yaitu sebuah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam sasaran. Menurut Swastha dan Sukotjo, alat-alat bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi empat unsur, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi.<sup>34</sup>

b. Aspek Manajemen dan SDM

Manajemen dalam pembangunan bisnis maupun manajemen dalam suatu implementasi bisnis sebenarnya memiliki pengertian yang hampir sama dengan manajemen lainnya. Fungsinya untuk sebuah aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Aspek SDM sebenarnya bertujuan untuk mengetahui apakah dalam pembangunan bisnis dapat dikatakan layak atau sebaliknya. Hal tersebut dapat dilihat dari ketersediaan SDM yang berkualitas.<sup>35</sup>

3) Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

---

<sup>33</sup>Emiwati, Op. Cit., hlm. 31.

<sup>34</sup>Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, Pengantar Bisnis Modern, (Yogyakarta: Liberty, 1995), hlm. 193.

<sup>35</sup> Husein Umar, Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komperhensif, Ed ke-2, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 115.

Dalam hukum islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-qur'an, hadis, dan hukum yang telah dibuat oleh ahli fiqih. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup:

a. Perinsip Kesatuan ( Unity / tauhid )

Secara esensial, tawhid dipandang sebagai pradikma islam bagi penghambatan makhluk pada sang pencipta dan dalam melaksanakan seluruh perintah-Nya. Disamping keterkaitan secara vertical tawhid juga sebagai perekat bagi hubungan antar manusia. Sehingga bagaikan uang logam dengan dua sisi yang tak terpisah. Tawhid mengajarkan bahwa Allah adalah pencipta dan mengajarkan kebersamaan, dan persahabatan sesama manusia.

Disamping itu tawhid juga mengandung arti bahwa alam semesta secara sadar oleh Allah, yang bersifat esa dan unik, dan ia tidak terjadi karena kebetulan atau aksiden. Penciptaan alam baik flora maupun fauna ditundukkan Allah sebagai sumber daya ekonomi dan keindahan bagi umat manusia. Implementasi dari doktrin tawhid adalah keterbukaan kesempatan bersama bagi manusia dalam memperoleh rizki Allah meskipun ketidak merataan ekonomi di antara manusia tidak terlepas dari kekuasaan Allah. Namun dalam kerangka tawhid, perbedaan kemampuan secara ekonomis ini justru mendorong pada adanya persaudaraan, saling membandu dan kerja sama dalam bidang ekonomi melalui mekanisme shirkah, qirad dsb.

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang Muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan *tauhid* atau *ilahiyah* ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya. Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan *ilahiyah*.<sup>36</sup> Prinsip ini juga dapat diartikan sebagai kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi sosial yang homogeny, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka islam menawarkan keterpaduan agama, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam system islam.

Tauhid mengantarkan manusia pada pangkuan akan keesaan Allah selaku tuhan semesta alam. dalam kandungannya meyakini bahwa segala sesuatu yang ada di alam ini bersumber dan berakhir kepada-Nya. Dialah pemilik mutlak dan absolute atas semua yang diciptakannya. Oleh sebab itu segala aktifitas khususnya dalam muamalah dan bisnis, manusia hendak mengikuti aturan-aturan yang ada dan jangan sampai menyalahi batasan-batasan yang telah diberikan.

b. Prinsip Keadilan

---

<sup>36</sup> Muslich, Etika Bisnis Islam, (Yogyakarta: Ekosiana 2004), H. 30

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat diertanggung jawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya<sup>37</sup>. Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan berbuat adil tak ketercuali kepada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt dalam QS Al-Maidah ayat 8:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍۭ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا ۗ اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۭ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa.dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”<sup>38</sup>

### c. Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif, kepentingan individu dibuka dengan terbuka lebar karena ketidak adanya kebebasan pendapatan bagi seseorang mendorong

<sup>37</sup> Abdul aziz, Op.Cit, H.46

<sup>38</sup> Departemen Agama RI, Op.Cit, H. 145

manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Sampai pada tingkat tertentu, manusia dianugrahi kehendak bebas untuk member arahan dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai khalifah dimuka bumi. Sebagaimana Firman Allah dalam QS Al-Baqarah ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۗ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya: “ Dan ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: "Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui." ”

Berdasarkan perinsip kehendak bebas ini, manusia mempunyai kehendak bebas untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji dan mengingkarinya. Tentusaja seorang muslim yang percaya kepada kehendak Allah akan memuliakan semua janji yang dibuatnya.

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif memiliki kebebasan penuh untuk melakukan bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah islam karena masalah ekonomitermasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah

maka berlaku padanya kaidah umum “ semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam islam adalah ketidakadilan dan riba.

d. Prinsip Tanggung jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil, lantaran tidak menuntut tanggung jawab. Konsep adil bukan hanya meliputi equilibrium tetapi juga keadilan dan pemerataan. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Allah menekankan konsep pertanggungjawaban moral tindakan manusia dalam Firman Allah dalam GS Al-Baqarah ayat 123-124:

وَاتَّقُوا يَوْمًا لَا تَجْزِي نَفْسٌ عَنْ نَفْسٍ شَيْئًا وَلَا يُقْبَلُ مِنْهَا عَدْلٌ وَلَا تَنْفَعُهَا شَفَعَةٌ وَلَا هُمْ يُنصَرُونَ ﴿١٢٣﴾ وَإِذِ ابْتَلَىٰ إِبْرَاهِيمَ رَبُّهُ بِكَلِمَاتٍ فَأَتَمَّهُنَّ قَالَ إِنِّي جَاعِلُكَ لِلنَّاسِ إِمَامًا قَالَ وَمِنْ ذُرِّيَّتِي قَالَ لَا يَنَالُ عَهْدِي الظَّالِمِينَ ﴿١٢٤﴾

Artinya: “Dan takutlah kamu kepada suatu hari di waktu seseorang tidak dapat menggantikan, seseorang lain sedikitpun dan tidak akan diterima suatu tebusan daripadanya dan tidak akan memberi manfaat sesuatu syafa'at kepadanya dan tidak (pula) mereka akan ditolong dan (ingatlah), ketika Ibrahim diuji. Tuhannya dengan beberapa kalimat (perintah dan larangan), lalu Ibrahim menunaikannya. Allah berfirman: "Sesungguhnya aku akan menjadikanmu imam bagi seluruh manusia". Ibrahim berkata: "(Dan saya mohon juga) dari keturunanku". Allah berfirman: "Janji-Ku (ini) tidak mengenai orang yang zalim".”

Maksudnya: “Dosa dan pahala seseorang tidak dapat dipindahkan kepada orang lain. Ujian terhadap Nabi Ibrahim a.s. diantaranya: membangun Ka'bah, membersihkan ka'bah dari kemusyrikan, mengorbankan anaknya Ismail, menghadapi raja Namrudz dan lain-lain, Allah telah mengabulkan doa Nabi Ibrahim a.s., karena banyak di antara Rasul-rasul itu adalah keturunan Nabi Ibrahim a.s. “

Prinsip pertanggung jawaban islam adalah pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat satu dengan masyarakat lainnya.

Dalam dunia bisnis, pertanggung jawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertical ( kepada Allah ) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggung jawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala ukuran.<sup>39</sup> Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang besar dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukan. Hal ini sesuai dengan apa yang ada didalam Al-qur'an surat Al- Muddasir ayat 38:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ

---

<sup>39</sup> Ahmad Nur Zaroni, Bisnis dalam Perspektif Islam, (telaah aspek keagamaan dalam kehidupan ekonomi), Mazahib, Vol.IV, No 2, Desember 2007, H. 181



Artinya: “ tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah  
diperbuatnya,”<sup>40</sup>

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa setiap kegiatan manusia dimintai pertanggung jawabannya baik itu terhadap Allah swt maupun manusia. Kebebasan yang dimiliki manusia dalam melakukan segala aktifitasnya memiliki batas-batas tertentu, dan tidak digunakan sebab-sebabnya melainkan dibatasi-batasi oleh koridor hukum, norma dan etika yang bertuang dalam Al-qur'an dan Sunnah yang harus dipenuhi dan dijadikan referensi atau acuan dan landasan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

e. Prinsip kebenaran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses pencarian atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsure penting yakni kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebebasan ini maka prinsip etika bisnis islam sangat terjaga dan perilaku preventif terhadap kemungkinan adanya kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang

---

<sup>40</sup> Departemen agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: Op. Cit), h. 532

melakukan transaksi, kerja sama atau perjajian dalam bisnis.<sup>41</sup> Sebagai firman Allah swt dalam Al-Qur'an surah Al-Isra' ayat 35 yang berbunyi:

تَأْوِيلًا وَأَحْسَنُ خَيْرٌ ذَٰلِكَ الْمُسْتَقِيمَ بِالْقِسْطِ وَإِذَا الْكَيْلُ وَأَوْفُوا



Artinya: ” Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”<sup>42</sup>

Berdasarkan ayat diatas dapat dipahami bahwa Al-qur'an telah member penegasan bahwasanya hal mendasar yang diginakan untuk membangun dan mengembangkan bisnis yang beretika adalah dengan menyempurnakan segala transaksi yang berkaitan dengan media takatan dan timbangan.

#### 4) Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang di emban oleh etika bisnis islam diantaranya adalah:

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islam dan dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis

<sup>41</sup> Abdul Ziz, Op,Cit. H. 46

<sup>42</sup> Depertemen Agama RI, (Bandung:Diponegoro), H.450

dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis islam.

- c. Etika bisnis terutama etika bisnis islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahasa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah.<sup>43</sup>

#### 5) Dasar Hukum Etika Bisnis Dalam Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa didalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan dengan atas dasar sukarela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun saat rugi, ketika membeli atau menjual ataupun sebaliknya. Sesuai firman Allah dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29:

مُّتَرَاضٍ عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا أَمْوَالِ الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا  
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْلَاءَ مِنْكُمْ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan

<sup>43</sup> Johan Arifin, Etika Bisnis Islam, (Semarang: walisongo Press), H. 76

janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>44</sup>

Maksud dari ayat diatas adalah larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan satu kesatuan. Ayat diatas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus ridho dan sepakat setara harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli. Dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT dunia dan akhirat. Etika perdagangan islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Hal ini sesuai dengan hadits Nabi sebagai berikut:

عَنْ حَكِيمِ حِرَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ رَسَلَنُ اللَّهَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ  
الْبَيْعَايَ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَّفَقَا فَإِنَّ صَدَقًا وَبَيْنَنَا دُنْرًا لَهُمَا فَبَيْعُهُمَا,  
وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحَقَّقِينَ كَتُمَا

---

<sup>44</sup> Depertemen Agama RI, OpCit, H.83

Artinya; “ Dari Hakim bin Nizam ra. Rasulullah SAW bersabda, ‘ dua orang yang melakukan jual beli boleh memilih ( antara melanjutkan jual beli atau membatalkannya ) selama keduanya belum berpisah. Apabila keduanya bersikap jujur dan berterus terang, maka jual beli keduanya diberkahi. Akan tetapi, jika keduanya berdurta dan menyembunyikan ( aibnya ), maka dileburkan keberkahan jual beli keduanya itu ( HR. Muttafaq’ Alaihi )”<sup>45</sup>

Dari hadits diatas dapat diketahui bahwa kejujuran merupakan pondasi yang sangat penting bagi pelaku bisnis. Diantara bentuk kejujuran adalah seorang pebisnis harus komitmen dalam jual belinya dengan berlaku rerus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati, hingga Allah memberikan keberkahan dalam jual belinya, dan mengangkat derajatnya disurga ke derajat para Nabi, orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati syahid.<sup>46</sup>

### C. Transaksi jual Beli

#### 1. Pengertian jual beli

Secara bahasa jual beli berasal dari kata *al-bay'u* yang berarti mengambil dan memberikan sesuatu. Ada juga yang mengartikan sebagai aktivitas menukaer harta dengan harta. Kata *al-bay'u* adalah *turunan / derivate* dari kata *al-bara* memiliki arti depa. Mengapa depa? Karena pada saat itu orang arab mengulurkan depa mereka saat

<sup>45</sup> Shahih Bukhori, Op, Cit. H. 375 Hadits Nomor 2082

<sup>46</sup> Asyraf Muhammad Dawwah, Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah, (Semarang:pustaka Nuun,2008), H.58

melakukan transaksi jual beli yang kemudian diiringi dengan saling menepukkan tangan sebagai pertanda bahwa seluruh transaksi / akad telah berjalan dengan lancar dan telah terjadi perpindahan kepemilikan ( taqabuth ).

Adapun secara istilah, jual beli dalam islam adalah transaksi tukar menukar yang memiliki dampak yaitu bertukarnya kepemilikan ( Taqabuth ) dan tidak akan bisa sah bila tidak dilakukan secara akad yang benar baik yang dilakukan dengan cara verbal / ucapan maupun perbuatan. Pengertian ini dirujuk pada kitab Tauhubul Ahkam. Selain itu bila merujuk pada kitab fiqhus Sunnah yang ditulis oleh ulama sayyud Sabiq maka pengertian jual beli dalam islam menjadi sebuah transaksi tukar menukar harta yang dilakukan atas dasar suka sama suka atau bisa juga disebut proses pemindahan hak kepemilikan kepada pihak lain dan dengan adanya kompensasi tertentu yang harus sesuai dengan koridor syariah.

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerima sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan Syara' dan disepakati.<sup>47</sup> Jual beli menurut ilmu fiqih yaitu saling menukar

---

<sup>47</sup>hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, (Jakarta: PT. Raja. Gravindo Prasa 2008), H.68

harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara yang bermanfaat.<sup>48</sup>

Dari definisi yang diungkapkan diatas, dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan sebuah pertukaran barang yang bernilai antara pembeli dan penjual atas dasar suka sama suka dan tidak bertentangan dengan syariat islam.

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

Landasan atau dasar hukum mengenai jual beli disyariatkan berdasarkan Al-Qur'an, Hadits Nabi, dan ijma'. Pelaksanaan jual beli telah menetapkan tata aturan yang secara detail disebutkan dalam ilmu fiqh muamalah.

### 1) Al-Qur'an

Dasar hukum yang menjelaskan terntang memperbolehkan jual beli dan mengharamkan riba dijelaskan didalam Al-Qur'an surat

#### a. An-Nisa ayat 29:

حِرَّةٌ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَطِيلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا أَلَاءَ أَمْنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا  
 رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْلَاءَ مِنْكُمْ تَرَضٍ عَنْ تَر

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

<sup>48</sup> Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2002), H.111

Maknanya: “Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.”

b. Al-Baqarah ayat 275:

يَطَّسُّنُ يَتَّخِطُّهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا إِلَّا يَقُومُونَ لَا الرِّبَايَا كُفُونِ الَّذِينَ  
 رَمَّ البَيْعِ اللهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا مِثْلَ البَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بَاءَ نَهْمِ ذَلِكَ الْمَسِّ مِنَ الشَّ  
 اللَّهُ إِلَى وَأَمْرُهُ سَلَفَ مَا فَلَهُ فَانْتَهَى رَبِّهِ مِنْ مَوْعِظَةٍ جَاءَهُ رَفَمَنِ الرِّبَا وَاحِدٌ  
 خَلِدُونَ فِيهَا هُمُ النَّارِ أَصْحَابُ فَأُولَئِكَ عَادُوا مِنَ

Artinya: “Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”<sup>49</sup>

Maknanya: “ Riba itu ada dua macam: nasiah dan fadhl. Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba fadhl ialah penukaran suatu barang

<sup>49</sup> Depertemen Agama RI, Op.Cit, H. 34



dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah orang yang mengambil Riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan.”

c. Al-Baqarah ayat 198

عَرَفْتُمْ مَنِ افْتَضْتُمْ فَاِذْ اَرْبَبْتُمْ مِّنْ فَضْلًا تَبْتَغُواْ اَنْ جُنَاحٌ عَلَيْكُمْ لَيْسَ  
 كُنْتُمْ وَاِنْ هَدَىٰكُمْ كَمَا وَاذْكُرُوهُ الْحَرَامِ الْمَشْعَرِ عِنْدَ اللّٰهِ فَاذْكُرُوْا  
 الضَّالِّينَ لَمِنَ قَبْلِهِ ۗ مِّنْ

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar Termasuk orang-orang yang sesat.”

Ayat diatas menjelaskan tentang kehalalan hukum jual beli yang baik dan melarang praktek jual beli yang mengandung riba. Allah SWT adalah dzat yang maha mengetahui atas hakikat persoalan hakikat kehidupan. Maka jika dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan, maka

akan diperintahkan untuk dilaksanakan. Sebaliknya jika menyebabkan kemudhratan, maka Allah SWT akan melarangnya.

## 2) Hadits Nabi

Berkaitan dengan jual beli, Rasulullah SAW pernah ditanya oleh salah satu sahabatnya mengenai pekerjaan yang baik, maka jawaban beliau ketika itu adalah jual beli. Peristiwa ini sebagaimana dijelaskan dalam hadits:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ الْكَسْبِ أَفْضَلُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِبَيْدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya: “ Rifa’ah bin Rafi, sesungguhnya Nabi SAW ditanya tentang mata pencarian yang paling baik. Nabi SAW menjawab: ‘seseorang yang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli maka mabrur’. “ ( HR. Bazzar dan Hakim )

Dari hadist lain dimana Rasulullah SAW bersabda:

جَابِرُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَخْبَرَنَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ عَامَ الْفَتْحِ وَهُوَ بِمَكَّةَ إِنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ حَرَّمَ بَيْعَ الْخَمْرِ وَالْمَيْتَةِ وَالْخَنزِيرِ وَالْأَصْنَامِ فَقِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَرَأَيْتَ شُحُومَ الْمَيْتَةِ فَإِنَّهَا يُطْلَى بِهَا السُّنُّونُ وَيُدْهَنُ بِهَا الْجُلُودُ وَيَسْتَصْبِحُ بِهَا النَّاسُ فَقَالَ لَا هُوَ حَرَامٌ شَمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عِنْدَ ذَلِكَ قَاتَلَ اللَّهُ الْيَهُودَ إِنَّ اللَّهَ لَمَّا حَرَّمَ شُحُومَهَا جَمَلُوهَا شَمَّ بَاعُوهَا فَأَكَلُوهَا شَمَّ

Artinya: “ Dari Jabir bin Abdullah r.a bahwasanya iya mendengar rasulullah bersabda pada tahun kemenangan di mekah: sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya mengharamkan menjual minuman yang memabukkan (khamr), bangkai, babi, dan berhala.

Lalu ada orang bertanya, ‘ya, Rasulullah bagaimanakah tentang lemak bangkai, karena di pergunakan mengecat perahu-perahu supaya tahan air, dan meminyaki kulit-kulit, dan orang memergungkannya untuk penerangan lampu? Beliau menjawab, ‘ tidak boleh, karena itu haram’ kemudian diwaktu itu Rosulullah saw bersabda: bahwa Allah melaknat orang-orang yahudi, sesungguhnya Allah tatkala mengharamkan lemaknya bagi mereka, mereka cairkan lemak itu kemudian mereka cairkan di jualnya kemudian mereka dalam harganya (HR Bukhari)

Berdasarkan hadist diatas, makajelaslah bahwa hukum jual beli adalah *jaiz*( boleh ). Namun tidak menutup kemungkinan perubahan status jual beli itu sendiri, semuanya tergantung pada trpenuhi atau tidaknya rukun dan syarat jual beli.

### 3) Ijma

Ulama telah sepakat bahwa jual beli telah diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Namun demikian bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya harus diganti dengan barang lain yang sesuai dan memacu pada ayat Al-Qur’an dan hadist hukum jual beli adalah mubah ( boleh ). Namun pada situasi tertentu, hukum jual beli itu bisa berubah menjadi sunnah, wajib, haram dan makruh.

Ulama sepakat bila jual beli itu hukumnya boleh dan terdapat hukmah didalamnya. Pasalnya, manusia bergantung pada barang yang ada di orang lain dan tentu orang tersebut tidak akan merinya jika tidak ada timbale balik. Oleh karena itu, dengan

diperbolehkannya jual beli maka dapat membantu terpenuhinya kebutuhan setiap orang dan membayar atas kebutuhannya itu.

Berdasarkan landasan hukum diatas, jual beli diperbolehkan agama islam karena dapat mempermudah manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya asalkan jual beli tersebut dilakukan atas dasar suka sama suka dan tidak ada pihak yang merasa rugi.

### 3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Disyari'atkan jual beli adalah untuk mengatur kemerdekaan individu dalam melaksanakan aktivitas ekonomi dan tanpa disadari secara spontanitas akan terkait oleh kewajiban dan hak terhadap sesama pelaku ekonomi yang mana semua itu berdasarkan atas ketentuan Al-Qur'an dan Hadits sebagai pedoman dalam ajaran islam.

Dengan jual beli, maka aktivitas dalam dunia *mu'amalah* manusia akan teratur, masing-masing individu dapat mencari rezeki dengan aman dan tenang tanpa ada rasa khawatir terhadap suatu kemungkinan yang tidak diinginkan. Hal tersebut dapat terwujud bila jual beli tersebut sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku yaitu terpenuhinya syarat dan rukun jual beli. Menurut jumhur ulama' rukun jual beli itu ada 4, antara lain;

- a. *Aqid* ( penjual dan pembeli ) Ada orang yang berakad atau *Al-muta'qidaini* dan yang dalam hal ini dua atau beberapa orang

yang melakukan akad, adapun syarat-syarat bagi orang yang melakukan akad ialah;

a) Baligh dan berakal

Disyariatkannya *aqidain* baligh dan berakal yaitu agar tidak mudah ditipu orang batal akad anak kecil, orang gila dan orang bodoh, sebab mereka tidak pandai mengendalikan harta, bisa dikatakan tidak sah. Oleh karena itu anak kecil, orang gila dan orang bodoh tidak boleh menjual harta sekalipun itu miliknya. Sebagai firman Allah:

قُولُوا أَوْ آكْسُوهُمْ فِيهَا وَاَرْزُقُوهُمْ فِيمَا كَرَّمَ اللَّهُ جَعَلَ الَّتِي أَمْوَالِكُمُ السُّفَهَاءُ تُؤْتُوا وَلَا

﴿١٠﴾ مَعْرُوفًا قَوْلًا لَهُمْ وَ

Artinya: “ Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akal nya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.”

Maknanya: “Orang yang belum sempurna akal nya ialah anak yatim yang belum balig atau orang dewasa yang tidak dapat mengatur harta bendanya.”

Namun demikian bagi anak-anak yang sudah dapat membedakan mana yang baik mana yang buruk, akan tetapi jika belum dewasa menurut sebagian ulama berpendapat bahwa anak tersebut diperbolehkan untuk melakukan perbuatan jual beli, khususnya untuk barang-barang kecil dan tidak bernilai tinggi.

b) Kehendaknya sendiri

Adapun yang di maksudkan kehendak sendiri bahwa dalam melakukan perbuatan jual belin tersebut salah satu pihak tidak melakukan suatu tekanan atau paksaan kepada pihak lainnya, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan lagi disebutkan lagi disebabkan oleh kemauannya sendiri, tapi adanya unsure paksaan. Jual beli yang demikian itu adalah tidak sah sebagai firman Allah dalam QS an-nisa ayat 29:

رَّةٌ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَطْلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا أَمْوَالِ الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا  
 ﴿٢٩﴾ رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ تَرْضَى عَنْ تَجَارِ

Artinya: “Kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu.”

Namun jika pemaksaan tersebut atas dasar pemaksaan yang benar, maka jual beli di anggap sah. Seperti jika seorang hakim yang memaksa menjual hak miliknya untuk menunaikan kewajiban agamanya. Maka paksaan ini adalah paksaan yang berdasarkan atas kebenaran.

c) Keduanya Tidak mubazir

Keadaan tidak mubazir, maksudnya para pihak yang mengikatkan diri dalam perbuatan jual beli tersebut bukanlah manusia boros ( *mubazir* ), karena orang boros dalam hukum di

katagorikan sebagai orang yang tidak cakap dalam bertindak, maksudnya dia tidak dapat melakukan suatu perbuatan hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingannya sendiri.

b. *Ma'qud alaih* ( Objek Akad )

Syarat-syarat benda yang dapat dijadikan objek akad yaitu: suci, memberikan manfaat menurut syara' tidak digantungkan sesuatu, tidak dibatasi waktu, dapat di serah terimakan, milik sendiri dan diketahuai.

c. *Shigat* (lafadz ijab qabul )

Jual beli dianggap sah jika terjadi sebuah kesepakatan ( *Sighat* ) baik secara lisan ( *Sighat qauliyah* ) maupun dengan cara perbuatan ( *Sighat fi'liyah* ) *sighat qauliyah* yaitu perkataan yang terucap dari pihak penjual dan pembeli. Sedangkan *sighat fi'liyah* yaitu sebuah proses serah terima barang yang di perjual belikan yang terdiri dari proses pengambilan dan penyerahan.

Akad sendiri artinya ikatan kata antara penjual dan pembeli. Umpamanya: “ aku jual barangku kepadamu dengan harga sekian” kata penjual,” aku beli barangmu dengan harga sekian” sahut pembeli. Perkataan penjual dinamakan *ijab* dan perkataan pembeli dinamakan *qabul*. menurut sayyid sabiq dalam bukunya fiqih sunnah ijab merupakan ungkapan awal yang

diucapkan oleh salah satu dua pihak yang melakukan akad dan qabul adalah pihak yang kedua.

Menurut imam syafi'i jual beli bisa terjadi baik dengan kata-kata yang jelas maupun *kinayah* ( kiasan ) dan menurut beliau itu tidak akan sempurna sehingga mengatakan “ sungguh aku telah membeli barangmu memperlihatkan pandangan para *'fuqoha'* tersebut maka dalam masalah ini penulis dapat menggaris bawahi bahwa jika kerelaan tidak tampak, maka diukurlah deng petunjuk bukti ucapan ( *ijab qabul* ) atau dengan perbuatan yang dipandang, *urf* ( kebiasaan ) sebagai tanda pembelian dan penjualan. Menurut beberapa ulama, lafadz ( *ijab qabul* ) ada beberapa syarat:

- a) Kedua pelaku akad saling berhubungan dengan satu tempat tanpa terpisah yang dapat merusak
- b) Orang yang mengucapkannya telah akhil baligh dan berakal
- c) Adanya kemufakatan walaupun lafadz keduanya berlainan
- d) Waktunya tidak di batasi, sebab jail beli berwaktu sebulan, setahun dan lain-lain adalah tidak sah

Dari uraian di atas dapat di ketahui bahwa terpenuhinya rukun dan syarat jual beli merupakan suatu ukuran dimana jual beli itu dapat dikatakan sah menurut hukum islam. Selan itu dengan terpenuhinya rukun dan syarat jual beli dimaksudkan agar jual beli itu didasarkan atas suka sama suka tidak ada unsure pemaksaan dari salah satu pihak



sehingga dalam jual beli tersebut tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

#### 4. Macam-macam Jual Beli

##### a. Ditinjau dari segi hukumnya

Ditinjau dari hukumnya jual beli dibedakan menjadi 3 yaitu jual beli *shahih*, *bathil* dan *fasid*

##### a) Jual beli shahih

Dikatakan jual beli sesuai dengan ketentuan syara' yaitu terpenuhinya syarat dan rukun jual beli yang telah ditentukan, barangnya bukan milik orang lain dan tidak terkait *khiyar* lagi.

##### b) Jual beli *bathil*

Yaitu jual beli yang salah satu rukunnya tidak terpenuhi atau jual beli itu pada dasarnya dan sifatnya tidak disyaratkan. Misalnya, jual beli yang dilakukan oleh anak-anak, orang gila atau barang-barang yang diharamkan syara' (Bangka, darah, babi dan khamar )

##### c) Jual beli *fasid*

Menurut ulama hanafi yang dikutip dari bukunya Gemala Dewiyang berjudul Hukum Perikatan Islam di Indonesia bahwa jual beli *Fasid* dengan jual beli dengan jual beli batal itu berbeda. Apabila kerusakan dalam jual beli terkait dengan barang yang diperjual belikan maka hukumnya batal, misalnya jual beli benda-benda haram. Apabila kerusakan-

kerusakan itu pada jual beli, itu menyangkut harga barang dan boleh di perbaiki, maka jual beli dinamakan *fasid*. Namun Jamhur Ulama tidak membedakan antara dua jenis jual beli tersebut. *Fasid* menurut Jamhur Ulama merupakan sninim dari batal yaitu tidak cukup dan syarat suatu perbuatan. Hal ini berlaku pada bidang ibadah dan muamalah. Sedangkan menurut Ulama Mazhab Hanafi yang dikutip dalam bukunya Gemala Dewi yang berjudul hukum Perikatan islam di Indonesia. Bahwa *fasid* dalam ibadah dengan muamalah itu berbeda. Pengertian dalam ibadah sama pendirian mereka dengan ulama-ulama ( Jamhur Ulama ). Sedangkan dalam bidang muamalah *fasid* di artikan sebagai tidak cukup syarat pada perbuatan. Menurut Mazhab Syafi'I yang di kutip dalam bukunya Gemala Dewi dalam bukunya yang berjudul Hukum Perikatan Islam di Indonesia, *fasid* berarti tidak dianggap atau di perhitungakan pada suatu perbuatan sebagaimana mestinya, sebagai akibat dari ada kekurangan ( cacat ) padanya. Demikian sesuatu yang telah di katakana *fasid* berarti sesuatu yang tidak sesuai denga tujuan syara'.

*Fasid* dengan pengertian ini, sama dengan batal menurut mazhad Syafi'I yang dkutip dalam bykunya Gemala Dewi yang berjudul Hukum perikatan islam di Indonesia. Akad yang *fasid* tidak membawa akibat apapun bagi kedua belah pihak yang

berakad. Menurut Imam Hanafi yang dikutip dari bukunya Gemala Dewi yang berjudul Hukum Perikatan Islam di Indonesia bahwa muamalah yang fasid pada hakikatnya tetap dianggap sah sedangkan yang rusak atau tidak sah adalah sifatnya. Yang termasuk jual beli fasid adalah antara lain:

a. Jual beli al-majhul

Yaitu jual beli yang dimana barang atau bendanya secara global tidak diketahui dengan syarat ketidak jelasannya itu bersifat menyeluruh. Tetapi apabila sifat ketidak jelasannya sedikit jual belinya sah karena itu tidak akan membawa perselisihan. Ulama Hanafi mengatakan sebagai tolak ukur untuk unsure majhul itu diserahkan seluruhnya kepada urf (kebiasaan yang berlaku bagi pedagang dan pembeli).

b. Jual beli yang dikaitkan dengan suatu syarat

Misalnya ucapan penjual kepada pembeli, “saya jual motor saya ini dengan engkau bulan depan setelah gajian”. Jual beli seperti ini batal menurut Jamhur dan fasid menurut Ulama Hanafi. Menurut Ulama Hanafi jual beli ini dianggap sah pada saat syaratnya terpenuhi atau tenggang waktu yang disebutkan dalam akad jatuh tempo. Artinya jual beli tersebut baru sah apabila masa yang ditentukan “bulan depan” itu telah jatuh tempo.

- c. Menjual barang yang tidak ada di tempat atau tidak dapat di serahkan pada saat jual beli berlangsung sehingga tidak dapat dilihat oleh pembeli

Menurut Ulama Maliki yang di kutip dalam bukunya Gemala dewi yang berjudul Hukum Perikatan Islam di Indonesia bahwa jual beli seperti di atas di perbolehkan apabila sifat-sifatnya di sebutkan dengan syarat sifat-sifatnya tidak akan berubah sampai barang di serahkan. Sedangkan Ulama Hambali menyatakan jual beli itu sah apabila pihak pembeli mempunyai hak khiyar, yaitu khiyar ru;yah ( sampai melihat barang itu). Ulama Syafi'I menyatakan jual beli itu batil secara mutlak.

- b. Ditinjau dari segi objeknya

Ditinjau dari segue benda yang di jadikan objek jual beli, menurut Imam Taqiyuddin yang dikutip dari bukunya Hendi Suhendi yang berjudul fiqih muamalah bahwa jual beli dibagi menjadi tiga bentuk yaitu:

- a) Jual beli benda yang kelihatan

Yaitu pada saat melakukan akad jual beli benda atau barang yang akan di perjual belkan ada di depan pembeli dan penjual.

- b) Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji

Yaitu jual beli saham ( Pesanan ) atau jual beli barang secara tangguh dengan harga yang di bayarkan dimuka atau

dengan kata lain jual beli dimana harga di bayar di muka sedangkan barang dengan criteria tertentu dan akan di serahkan di waktu tertentu pula.

Dalam salam berlaku semua syarat jual beli dan syarat-syarat tambahan sebagai berikut:

- d. Jelas sifatnya, baik berupa barang yang dapat ditakar, di timbang maupun di ukur
  - e. Jelas jenisnya, misalnya jenis kain maka jenis kainnya disebutkan dan kualitasnya bagaimana
  - f. Batas waktu penerahan di ketahui
- c. Ditinjau dari segi subjeknya ( pelaku akad )

- a) Akad jual beli dengan lisan

Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan dengan mengucap ijab qabul secara lisan. Bagi orang yang bisu diganti dengan isyarat merupakan pembawaan alami dalam menampakkan kehendak.

- b) Akad jual beli dengan perantara

Akad jual beli yang dilakukan dengan melalui utusan, perantara, tulisan atau surat menyurat sama halnya dengan ijab qabul dengan ucapan. Jual beli ini di lakukan antara penjual dan pembeli yang tidak berhadpan dalam satu majelis dan jual beli ini diperbolehkan syara'.

- c) Akad jual beli dengan perbuatan

Jual beli dengan perbuatan ( saling memberikan ) atau sering dikenal dengan istilah mu'athah yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa ijab qabul. Seperti seseorang yang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya. Jual beli demikian di lakukan tanpa shigat ijab qbul antara penjual dan pembeli, menurut sebagian Syafi'iyah yang dikutip dalam buku Hendi Suhendi yang berjudul Fiqih Muamalah, bahwa hal ini dilarang sebab ijab qabul sebagai rukun jual beli, tetapi menurut mazhab hanafiah memperbolehkannya karena ijab qabul tidak hanya terbentuk perkataan tetapi dapat berbentuk perbuatan pula yaitu saling member ( penyerahan barang dan penerimaan uang ).

Berdasarkan penjelasan di atas, ditinjau dari subjeknya akad jual beli dapat di lakukan dengan beberapa cara yaitu mengucapkan ijab qabul secara lisan atau isyarat bagi orang yang bisu, melalui utusan dan perantara apabila penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majelis, dan akad jual beli dengan perbuatan ( saling memberikan ) yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa ijab qabul atau dikenal dengan istilah mu'athah.

## **D. Pasar**

### 1. Pengertian pasar

Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual dan pembeli lebih dari satu baik disebut sebagai pusat pembelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall serta plaza sekalipun pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pengertian pasar dapat di titik beratkan dalam arti ekonomi yaitu untuk transaksi jual dan beli pada prinsipnya, aktivitas perekonomian yang terjadi dipasar berdasarkan dengan adanya kebebasan dalam bersaing, baik itu pembeli maupun penjual. Penjual mempunyai kebebasan untuk memutuskan barang atau jasa apa yang seharusnya untuk di produksi serta yang akan didistribusikan. Sedangkan bagi pembeli atau konsumen mempunyai kebebasan untuk membeli dan memilih barang atau jasa sesuai dengan tingkat daya belinya.

Pasar menurut kajian ilmu ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan ( pembeli ) dan penawaran ( penjual ) dan jumlah yang di perdagangan. Dan kehidupan sehari-hari keberadaan pasar sangatlah penting, hal ini dikarenakan apabila ada kebutuhan yang tidak dapat di hasilkan sendiri, maka kebutuhan tersebut dapat dihasilkan di pasar. Para konsumen atau pembeli datang ke pasar untuk berbelanja dan memenuhi kebutuhannya dengan membawa sejumlah uang guna membayar harganya. Pasar adalah salah satu dari berbagai system, institusi, prosedur, hubungan sosial dan

infrastruktur dimana usaha menjual barang dan jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah yaitu uang. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan.

Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu. Di dalam pasar terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa.<sup>50</sup> Pasar dapat juga diartikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar dan melakukan tempat bagi penawaran dan permintaan sehingga dengan demikian terbentuk harga. Pengertian pertama biasanya di sebutkan dengan pengertian konkret, sedangkan pengertian yang kedua disebutkan sebagai pengertian abstrak. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja dan kemampuan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar:

- a. Orang dengan segala keinginan

---

<sup>50</sup> Kasmir, Kewirausahaan, (Jakarta: Raja Grafindo 2013), cet. Ke-9. H.197



- b. Daya beli mereka
- c. Tingkah laku dalam pembelian mereka

Meskipun seseorang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang tetapi tanpa ditunjang oleh daya beli dan kemauan untuk membelanjakan uangnya, maka orang tersebut bukan bagian dari pasar, sebaliknya seseorang memiliki kemampuan tetapi ia tidak ingin membeli sesuatu barang iya bukan merupakan pasar bagi penjualan barang tersebut.<sup>51</sup>

## 2. Macam-macam Pasar

### a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah tempat yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam bentuk proses jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dalam proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan buah sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronok, jasa dan lainnya.Selain itu ada juga yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya.Pasar

---

<sup>51</sup> M. Mursid, Manajemen Pemasaran, Ed.1, Cet. Ke-7.(Jakarta: Bumi Aksara 2014) H.25

tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Ciri-ciri pasar tradisional sebagai berikut:

- a) Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah
- b) Adanya system tawar-menawar antara penjual dan pembeli, tawar-menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
- c) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama berada pada lokasi yang sama, barang dagangan di setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.
- d) Sebagian besar barang dan jasa yang di tawarkan berbahan local. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang di hasilkan oleh daerah tersebut, meskipun ada beberapa dagangan yang di ambil dari hasil bumi yang ada di daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai mengimport hingga keluar pulau atau Negara.

b. Pasar Modern

pasar modern tidak banyak berbeda dengan pasar tradisional, namun pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang ( barcode ), berbeda dengan bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri ( swalayan ) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual selain menjual makanan juga menjual makanan seperti buah, sayuran daging. Sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Ciri-ciri pasar modern adalah;<sup>52</sup>

- a) Tidak terikat pada tempat tertentu, bisa dimana saja ( contoh: by online ).
- b) Alat pembayaran bisa non tunai ( transfer )
- c) Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung
- d) Pada situasi tertentu seperti di supermarket tidak bisa di tawar
- e) Harga sudah tertera dan sudah diberi barcode
- f) Barang yang dijual beranekaragam dan umumnya bertahan lama
- g) Berada dalam bangunan dan pelayanannya di lakukan sendiri ( swalayan )

---

<sup>52</sup> Nel Ariyanty, Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional di Tinjau Dari Strategi Tata Letak (lay out) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional, Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol 13 No.01 April 2013 ISSN 1693-7618 H.18

- h) Ruang ber-AC dan nyaman tidak terkena trik panasnya matahari
- i) Tempatnya bersih
- j) Tata tempat sangat di perhatikan untuk memudahkan dalam pencarian barang
- k) Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke cashir dan tidak ada tawar menawar lagi

### 3. Fungsi Pasar

Pasar yang berfungsi sebagai tempat atau wadah untuk melayani bagi masyarakat, hal ini dapat dilihat dari serbagai segi atau bidang diantaranya:

#### a. Segi Ekonomi

Merupakan tempat transaksi antara produsen dan konsumn yang merupakan komoditas untuk mewedahi kebutuhan sebagai *demand* dan *suplai*.

#### b. Segi Sosial Budaya

Merupakan kontak sosial secara langsung menjadi tradisi suatu masyarakat yang merupakan interaksi antara komunitas pada sektor informal dan formal

#### c. Segi Arsitektur

Menunjukkan cirri-ciri khas daeran, yang menampilkan bentuk-bentuk fisik bangunan dan artefak yang dimiliki.

Dari ketiga segi atau bidang yang disebutkan diatas, dapat diambil atau diartikan fungsi dari pasar adalah suatu wadah aktivitas dari tradisi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan, baik dilakukan secara baerter maupun jual-beli yang diwujudkan suaru bangunan.

## **E. Pembeli**

### **1. Pengertian Pembeli**

Pembeli adalah raja. Slogan ini sangat dikenali oleh masyarakat ataupun di dunia perdagangan. Slogan ini di yakini sangat manjur untuk melariskan dagangan karena para pebisnis/pedagang percaya bahwa dengan pelayanan yang baik konsumen atau pembeli akan kembali lagi berbelanja di tempat penjual yang melayaninya dengan baik. Dalam mengaplikasikan slogan ini, seorang pedagang berusaha semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang terbaik kepada pembeli seorang pedagang akan menggelar dagangannya dengan harapannya agar pembeli akan membeli barang-barang dagangan yang digelarnya tersebut. seorang pedagang akan dengan senang hati mengambil barang yang di inginkan oleh pembeli walaupun barang itu harus dicari antara tumpukan barang-barang yang lain atau berada di tempat lain. Semua yang dilakukan pedagang tersebut memperlihatkan bagaimana ia bersusah payah membawakan barang-barang dagangannya dihadapan pembeli. Berbeda dari yang dilakukan pedagang tersebut, pusat-pusat pembelanjaan seperti mall, plaza, atau pasar swalayan, tidak membebankan pekerjaan seperti yang di

bebaskan kepada pedagang tradisional. Tentu saja pekerjaan pasar swalayan akan tetap melayani pembelinya, namun usaha untuk mendapatkan barang yang sesuai dengan memilih barang tersebut lebih banyak dilakukan oleh pembeli.

Dalam hal ini untuk kepentingan pembeli karena pembeli di berikan kebebasan yang sebesar-besarnya untuk memilih barang yang diinginkannya. Pembeli dengan sukarela berjalan dari satu tempat ketempat lainnya mencari dan memilih barang yang diinginkannya, sebelum akhirnya membawa barang tersebut kekasir dan disini pembeli yang seharusnya dilayani bagaikan raja, dalam hal ini justru harus bekerja sendiri, mencari dan membawa barang-barang yang dibelinya. Ungkapan pembeli adalah raja menggambarkan bahwa konsumen berhak mendapatkan pelayanan terbaik dan maksimal dari pelaku usaha. Konsumen adalah raja yang juga sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen sekarang kembali dipertanyakan. Padahal sebenarnya menurut pendapat para ahli pemasaran, pembeli adalah jiwa penghidupan dunia usaha, bahkan mayoritas konsumen di Indonesia adalah konsumen muslim yang bagi mereka kebutuhan akan makan dan minum bukan hanya sekedar trend atau gaya hidup tapi lebih dari itu merupakan bagian dari perwujudan ibadah kepada Allah. Al-qur'an surat Al Maidah ayat 88 Allah Berfirman:

﴿مُؤْمِنُونَ بِهِ ۗ أَنْتُمْ الَّذِينَ اللَّهُ وَاتَّقُوا طَيْبًا حَلَالًا ۗ اللَّهُ رَزَقَكُمْ مِنْهَا وَكُلُوا﴾

Artinya: dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.

Oleh karena itu keselamatan konsumen muslim pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar dan lengkap. Bagaimana tidak, aman dan selamat bagi konsumen muslim bukan saja di ukur dari perspektif ilmu kesehatan dan standar yang ditentukan oleh hukum semesta, tapi terlebih harus sesuai dengan tuntunan hukum islam yaitu halalan thoyyiban bukan saja halal dzatnya tetapi juga benar dalam prosesnya.<sup>53</sup>

Pembeli mengacu pada bisnis atau organisasi yang berusaha memperoleh barang atau jasa untuk mencapai tujuannya. Meskipun ada beberapa organisasi yang berusaha menetapkan standar dalam proses pembelian, proses dapat sangat bervariasi antara organisasi. Biasanya kata “pembelian” tidak digunakan secara bergantian dengan kata “pengadaan”, karena pengadaan biasanya mencakup pengiriman, kualitas, pemasok, dan transportasi dan logistik selain pembelian.

Pembelian diartikan sebagai *consumer* kata ini berasal dari istilah asing (inggris) secara harfiah dalam kamus-kamus diartikan sebagai “seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu”; atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan sesuatu persediaan atau sejumlah barang”. Konsumen atau pembeli dibedakan menjadi dua yaitu konsumen sebagai orang

---

<sup>53</sup> Aryani Tatty Ramli, *Andai Konsumen (Muslim) Adalah Raja* ( Bandung: Universitas Islam Bandung, 2017)

alami atau pribadi kodrati dan konsumen sebagai perusahaan atau badan hukum perbedaan ini penting untuk membedakan apakah konsumen tersebut menggunakan barang tersebut untuk dirinya sendiri atau untuk tujuan komersial (dijual, diproduksi lagi). Hak dan kewajiban pembeli bukan saja penjual yang mempunyai hak dan kewajiban, pembeli pun mempunyai hak-hak dan kewajiban-kewajiban tertentu. Hak-hak dan kewajiban tersebut adalah sebagai berikut:

a. Hak pembeli

- a) Menerima sejumlah barang yang dibeli pada saatnya.
- b) Menerima jaminan atas keadaan dan hak pemilik barang yang dibeli

b. Kewajiban pembeli

Untuk membayar harga pembelian pada waktu dan ditempat yang diterapkan dalam persetujuan. Jika waktu membuat persetujuan dan tidak diterapkan dalam persetujuan. Jika pada waktu membuat persetujuan tidak diterapkan hal-hal itu, pembeli harus membayar di tempat dan pada waktu penyerahan. Jika pembeli tidak membayar harga pembelian, maka penjual dapat menuntut pembetulan jual beli itu.

Mengenai fungsi pembelian, yaitu: “ *The role of purchasing function is to make materials and parts of the right quality, and quantity available for use by operations at the right time and at the right*



*place.*” Pendapat tersebut kurang lebih mempunyai arti bahwa peran fungsi pembelian adalah untuk mengadakan material dan part pada kualitas yang tepat dan kuantitas yang bersedia untuk digunakan dalam operasi pada waktu yang tepat dan tempat yang tepat (Galloway;2000).

## 2. Fungsi pembeli

Mudah dipahami karena dalam proses produksi pasar memerlukan bahan baku. Tidak banyak penjual yang menguasai sendiri bahan baku yang diperlukan untuk diolah lebih lanjut menjadi produk jadi, sehingga bisa disimpulkan bahwa tidak ada satupun bentuk atau jenis penjualan yang tidak terlibat dengan fungsi pembelian. Pengalaman banyak penjual bahwa biaya untuk menghasilkan suatu produk mungkin mencapai sekitar 50% dari harga jual produk dan menjadikan pembeli sebagai sumber pemborosan apabila tidak diselenggarakan dengan baik dan sumber penghematan yang akan membesarkan lama penjualan apabila dilakukan dengan teliti dan cemat.

Berikut adalah beberapa alasan mengapa pembelian merupakan area yang penting, yaitu:

1. Fungsi pembelian memiliki tanggung jawab untuk mengelola masukan pasar pada pengiriman, kualitas dan harga yang tepat, yang meliputi bahan baku, jasa dan sub-assemblies untuk keperluan organisasi.
2. Berbagai penghematan yang berhasil dicapai lewat pembelian secara langsung direfleksikan pada dasar organisasi. Dengan kata lain, begitu penghematan harga yang dibuat, maka akan mempunyai pengaruh yang

langsung terhadap struktur biaya penjualan. Sehingga sering dikatakan bahwa penghematan pembelian 1% ekuivalen dengan peningkatan peningkatan sebesar 10%.

3. Pembelian dan puylay material mempunyai kaitan dengan aspek organisasi manajemen.

Pembelian yang baik juga perlu menjadi perhatian untuk organisasi-organisasi non profit dan pemerintah. Berbagai tekanan yang berkaitan dengan kurangnya dana yang tersedia dan besarnya biaya, mendorong oerorganisasi-organisasi tersebut untuk beroperasi seefisien mungkin dengan biaya seminimum mungkin. Dengan demikian, apapun jenis dan ukuran penjualannya, pembelian yang dilaksanakan dengan ekonomis dan efektif amat dipelukan dalam upaya mencapai kondisi penjualan yang sehat karena pembelian merupakan kegiatan yang memerlukan pengarahannya sumber daya dalam jumlah besar.

3. Tugas dan Tanggung Jawab Pembeli

Pada dasarnya peran pembeli adalah untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh penjual pada waktu, harga dan kualitas yang tepat. (Assauri;1998) menjabarkan tanggung jawab bagian pembelian sebagai berikut:

- 1) Tanggung jawab atas pelaksanaan pembelian bahan-bahan agar rencana operasi dapat dipenuhi dan pembelian bahan-bahan tersebut pada tingkat harga dimana penjual mampu akan bersaing dalam memasarkan produknya

- 2) Tanggung jawab atas usaha-usaha untuk dapat mengikuti perkembangan bahan-bahan baru yang dapat menguntungkan dalam proses produksi, perkembangan dalam desain, harga dan produk-produk lain yang dapat mempengaruhi produk pasar, harga serta desainya.
- 3) Tanggung jawab untuk menurunkan investasi atau meningkatkan perputaran bahan, yaitu untuk menentukan skejul arus bahan ke dalam pabrik sdalam jumlah yang cukup untuk memenuhi kebutuhan produksi.
- 4) Tanggung jawab atas kegiatan penelitian dengan menyelidiki data-data dan perkembangan pasar, perbedaan sumber-sumber penawaran (supply) dan memeriksa pabrik supplier untuk mengetahui kapasitas dan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan pasar.
- 5) Bertanggung jawab atas pemeliharaan bahan-bahan yang di beli setelah di terima dan tanggung jawab atas pengawasan persediaan.

#### 4. Kebijakan Pembeli

Sebelum merencanakan pemasaran, suatu pasar perlu mengidentifikasi konsumen, sasaran nya dan proses keputusan mereka. Walaupun banyak keputusan pembelian yang hanya melibatkan satu pengambilan keputusan, keputusan yang lain mungkn melibakan beberapa peserta yang memerankan peran, pencetus ide, pemberi pengaruh, pengambil keputusan, pembeli dan poremakai. Disini tugas pemasar adalah mengidentifikasi peserta pembelian lain, kriteria n pembelian merekan dan

pengaruh mereka terhadap pembeli. Program pemasaran harus dirancang untuk menarik dan mencapai peserta kunci seperti halnya pembeli. Keinginan untuk membeli timbul setelah konsumen merasa tertarik dan ingin memakai produk yang dilhatnya, (Swastha dharmmesta;1998) proses pembeli (*buying intention*) akan melalui lima tahapan, yaitu:

- 1) Pemenuhan kebutuhan (*need*)
- 2) Pemahaman kebutuhan (*recognition*)
- 3) Poses mencari barang (*search*)
- 4) Proses evaluasi (*evaluation*)
- 5) Pengambilan keputusan pembelian (*decision*)

Informasi mengenai produk mendasari proses pembeli sehingga akhirnya muncul suatu kebutuhan, disini konsumen akan mempertimbangkan dan memahami kebutuhan tersebut, apabila penilaian pada suatu produk sudah jelas maka konsumen akan mencari produk yang dimaksud, yang kemudian akan berlanjut pada evaluasi produk dan akhirnya konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli atau memutuskan untuk tidak membeli yang disebabkan produk yang tidak sesuai dan mempertimbangkan atau menunda pembelian pada masa yang akan datang. Untuk memahami perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, dapat dikemukakan dengan dua model proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen, yaitu:

- 1) Model *phenomenologis*, model perilaku konsumen ini berusaha mereproduksi perasaan-perasaan mental dan emosional yang dialami konsumen dalam memecahkan masalah pembelian yang sesungguhnya.
- 2) Model logis, adalah model perilaku konsumen yang berusaha menggambarkan struktur dan tahap-tahap keputusan yang yang diambil mengenai:
  - a. Jenis, bentuk, modal, dan jumlah yang akan diambil
  - b. Tempat dan saat pembelian
  - c. Harga dan cara pembelian

Setelah konsumen memperoleh informasi tentang suatu produk mereka menggunakan informasi tersebut untuk mengevaluasi sumber-sumber pada cirri-ciri seperti karakteristik barang dagangan yang dijual, pelayanan yang diberikan, harga, kenyamanan, personil dan fisik

## **F. Tinjauan pustaka**

Setelah peneliti melakukan telaah terhadap beberapa peneliti beberapa yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Etika bisnis telah mendorong beberapa peneliti untuk mengadakan penelitian terhadap Etika Bisnis Islam pada pedagang sebagai berikut;

1. Peneliti yang dilakukan Agam Santa Atmaja yang berjudul “Analisis penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi pada pedagang di Pasar Kaliwungu Kendal)” menjelaskan bahwa jumlah pedagang di pasar pagi kaliwungu Kendal sebanyak 869 orang. Etika

Bisnis yang relevan diterapkan pada setiap pedagang khususnya para pedagang di padasr kaliwungu Kendal, berdampak positif bukan hanya sebatas keuntungan bagi pedagang saja, akan tetapi berdampak pula pada para konsumen, supplier, dan produsen. Selain itu, Adanya dampak langsung Penerapan Etika berdagang dalam perspektif Ekonomi Islam di Pasar Kaliwungu Kendal secara nyata terlihat dari pedagang tetap mendapatkan keuntungan dengan menerapkan etika bisnis islam pada usahanya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Amalia yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Bazar Madinah Depok” menyimpulkan bahwa segala hasil penelitian menunjukkan sebanyak 83% para pedagang di Bazar Madinah sudah menetapkan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dan menjalankan usahanya, di dalam kegiatan produksi. Hampir seluruh pedagang di bazaar Madinah, yakni sebesar 96% untuk system harga, sebanyak 78% pedagang di Bazar madinah sudah menetapkan system harga yang sesuai dengan yang disyariatkan sudah menjalankan sesuai dengan sariat islam sudah di implementasikan oleh sekitar 80% dari para pedagag di Bazar madinah.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rifa Atun Nurul Laily dengan judul “Etika Bisnis Kaki Lima di Kawasan Unuversitas negeri Yogyakarta”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Etika Pedagang Kaki Lima di kawasan Universitas Negeri Yogyakarta ditinjau dari prinsip ekonomi

yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam katagori baik (80%), prinsip kejujuran yang di jalankan pedagang kaki lima dalam katagori baik (88,3%), sedangkan menurut konsumen prinsip kejujuran yang sudah di jalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam katagori cukup baik (57%), prinsip yang tidak berniat jahat yang sudah di jalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam katagori baik (81,7%), sedangkan menurut konsumen prinsip yang tidak berniat jahat yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam katagori baik (85%), sedangkan menurut konsumen prinsip keadilan yang sudah di jalankan pedagang kaki lima mayoritas cukup baik (85%), dan prinsip hormat kepada dirisendiri yang sudah dijalankan pada para pedagang kaki lima mayoritas dalam katagori cukup baik (55%).

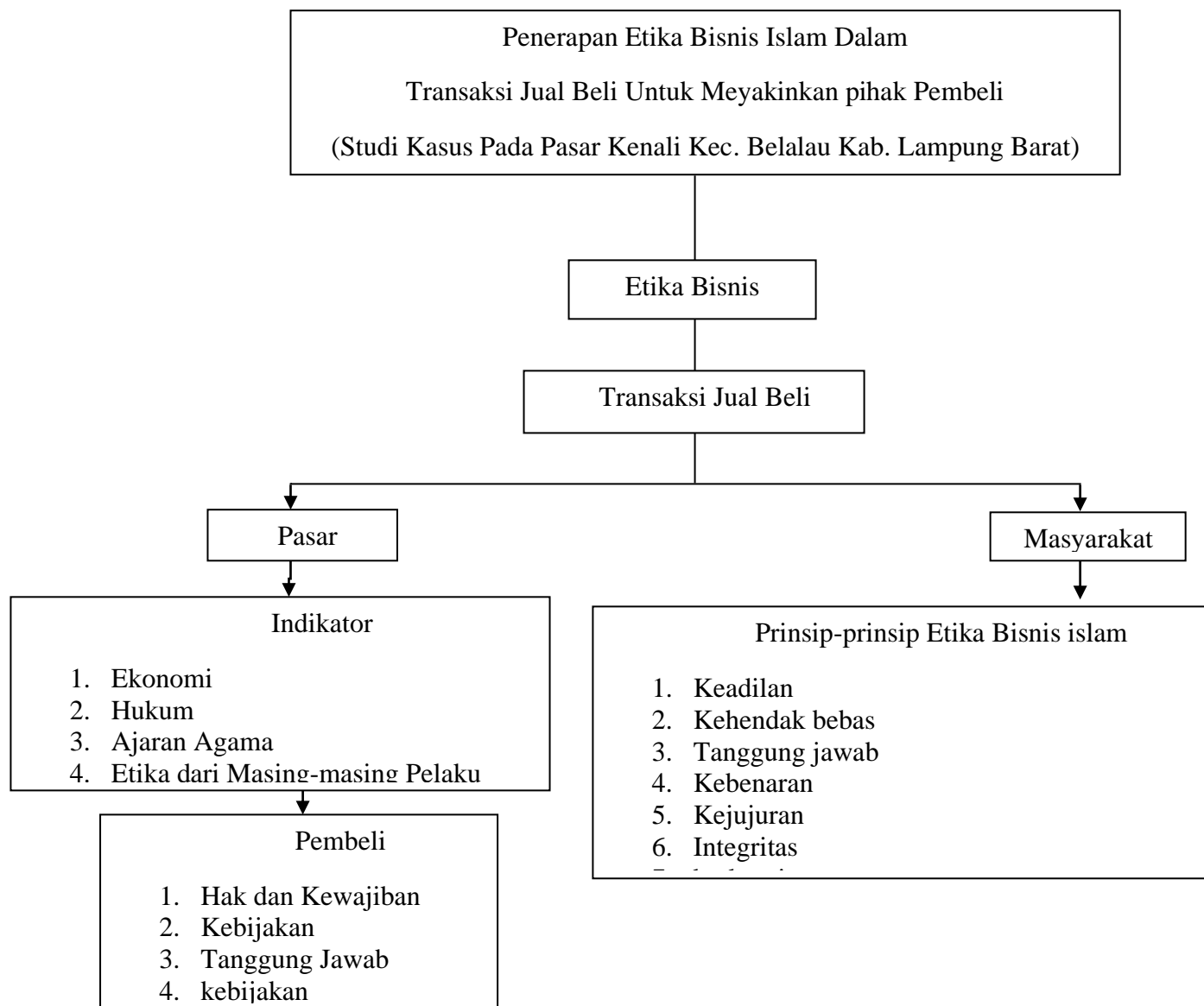
4. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Toeriq nurdiansyah mahasiswa Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul “Pengaruh Beragaman Produk dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi di Baitul Nuslim Assidiq Yogyakarta)”.dapat disimpulkan dari penelitiannya kali ini adalah penelitian tersebut beragam produk berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen di Baitul Muslim Assidiq Yogyakarta. Etika Bisnis Islam juga berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen di baitul Muslim Assidiq Yogyakarta keberagaman produk dan Etika Bisnis Islam

secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pembelian di baitil Muslim Assidiq Yogyakarta.

### G. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang sudah diuraikan penulis, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini di gambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**





Berdasarkan gambar 1 d atas maka akan dilakukan penelitian untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli untuk meyakinkan pihak pembeli penjualan di pasar tradisional. Pelaku bisnis telah menerapkan etika bisnis dalam transaksi penjualan dapat dilihat dari etika bisnis umum dan etika bisnis perspektif islam. Dimana pada etika bisnis umum dilihat dari indicator-indikator etika bisnis, hal tersebut dilihat dari ekonomi indikator hukum, indicator ajaran agama, indicator etika dari masing-masing individu. Sedangkan etika bisnis perspektif islam dapat dilihat dari prinsip-prinsip etika bisnis islam, hal tersebut di lihat dari prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran serta pembeli dapat dilihat dari hak dan kewajiban pembeli serta tanggung jawab dan kebijakan pembeli itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis Edisi I Cet 2*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012
- Ali, Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah Cet I*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009,
- Basri, *Bisnis Pengantar Edisi Pertama*, BPFE, Yogyakarta, 2005, Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, ALFABETA, Bandung, 2009,
- A. kadir, *Hukum Bisnis Syariah: dalam Al-Qur'an*, AMZAH, Jakarta, 2010
- Cristin H, M Fuad. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Djakfar, H. Muhammad. 2012. *Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit dan PesanMoral Ajaran Bumi*. Jakarta : PLUS 12.Badroen, Faisal, dkk. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*.Jakarta : Kencana.
- Imam Abu Zakariya Yahya bin Syaraf al- Nawawi, *Riyadhu al-Shalihin*, (Toha Putra Semarang,1981)
- K. Bertens, 2007. *Pemgantar Etika Bisnis*. Yogyakarta : KANISIUS.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*, Semarang. Walisongo Press, 2013.
- Alma, Buchari. *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta,2011.
- Anoraga, Pandji. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.
- Edwin Nasution, Mustofa dkk. *Pengantar Ekskutif Ekonomi Islam*.Jakarta .Kencana. 2012.
- Kasmir.*Kewirausahaan*.Jakarta : Rajagrafindo Persada. 2013.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Gaya Media Pratama. 2000.
- Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2015
- M.Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Ed.1 Cet. Ke-7.Jakarta : Bumi Aksara. 2014.

- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada. 2008.
- Sugiono.*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung.Alfabeta. 2014.
- Yusanto Muhammad Ismai dan Muhammad Karbet Widajajkusuma. 2008. *Menggagas BisnisIslami*. Jakarta : Gema Insani.
- Ridwansyah.*Pendidikan Dasar Perbankan Syariah*. Kumpulan Diklat Pembiayaan.Lampung. 2009.
- Nafik, Muhammad. *Bursa Efek dan Investasi Syariah*,.Jakarta : PT. Serambi Ilmu Semesta.2010.
- Muhammad Dwwabah, Asyraf. *Meneladani Keunggulan Bisnis Rosulullah*. Semarang : Pustaka nuun, 2008.
- Mustofa, Edwin Nasution dkk.*Pengantar Ekskutif Ekonomi Islam*.Kencana. Jakarta. 2012.
- Masyhuri.*System Perdagangan Dalam Islam*.Jakarta : Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI,2005.
- Kontjaraningrat.*Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta, PT.Gramedia,2010.
- K. Lubis, Suhrawardi. *Etika Profesi Hukum*. Jakarta : Sinar Grafika,2009.
- Kasimir, kewirausahaan, Jakarta: Rajagrafindo Persada .2013.
- Ariyanty, Nel. Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional Jurnal manajemen dan Bisnis, Vol 13 No. 01 April ISSN 1693-7619