

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam telah mengajarkan bahwa dalam aktifitas jual beli tidak dapat lepas dari nilai-nilai dasar yang telah ditetapkan dalam Al-Quran dan hadis. Ekonomi Islam juga membahas tentang bagaimana manusia memperoleh dan mengatur harta material dan non material dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya baik secara individual maupun kolektif yang menyangkut pendapatan, pendistribusian ataupun penggunaan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Hanya saja jika dalam ekonomi Islam segala kegiatan tersebut harus berdasarkan norma dan aturan yang telah ditetapkan dalam Al-Quran dan hadits serta sumber ajaran Islam lainnya.

Terdapat suatu masalah atau keresahan yang timbul dalam transaksi jual beli yang biasa dilakukan di kehidupan sehari-hari seperti apakah praktek-praktek bisnis yang dilakukan telah sesuai dengan yang telah diatur dalam Islam. Banyak yang telah meninggalkan nilai-nilai atau etika Islam hanya untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Termasuk pula dalam melakukan aktivitas ekonomi, nilai-nilai Islam senantiasa menjadi landasan utamanya. Siapa saja yang hendak untuk bermuamalah diperbolehkan, kecuali yang dilarang. Dengan adanya hal ini dapat memberikan ruang gerak yang luas bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas ekonominya untuk meningkatkan taraf hidupnya.

Islam mengahalkan jual beli termasuk juga bisnis. Namun ada aturan yang seharusnya seorang muslim lakukan dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai hal yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim yang diharapkan bisnisnya tersebut akan maju dan berkembang dengan pesat karena selalu mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Etika bisnis Islam menjamin baik pebisnis, mitra bisnis bahkan konsumen masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Islam tidak akan membiarkan begitu saja seseorang bekerja dengan sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan bathil lainnya. Dalam Islam terdapat suatu batasan yang memisahkan antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan haram. Batasan inilah yang biasa dikenal dengan istilah Etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka ruang lingkup bisnis.

Dalam realita bisnis pada masa sekarang terdapat berbagai kecenderungan bisnis tanpa memperhatikan etika. Kekuatan modal menjadi senjata andalan dalam bersaing di dunia bisnis. Semakin besar modal yang dimiliki maka semakin besar jangkauan bisnisnya. Kekacauan dalam berbisnis ini sangat mengancam pertumbuhan bisnis. Namun dalam menghadapi kecenderungan tersebut, dalam Al-Quran telah memberikan garis-garis dalam

kerangka penambahan bisnis yang menyangkut semua pelaku ekonomi tanpa membedakan kelas. Dengan semakin bertambahnya kesadaran etika dalam berbisnis banyak orang yang telah memulai untuk menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Segala pelaksanaan kehidupan telah diatur dalam pandangan ajaran agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk kaitannya dalam pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam Islam seorang muslim wajib berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam dalam segala aspek kehidupannya termasuk dalam aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut terutama dalam kegiatan bisnis agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.

Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan harus disadari secara personal oleh setiap pelaku usaha, artinya setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar hanya untuk mencari keuntungan saja tetapi juga untuk mencari keberkahan. Nilai moral atau etika berperan penting dan dapat mengatur berbagai kegiatan bisnis yang tidak sesuai atau yang merugikan salah satu pihak. Dengan begitu tidak akan adalagi pihak yang

merasa terugikan. Etika bisnis juga berperan untuk memberikan pemahaman pada masyarakat bahwa bisnis dan etika harus berjalan beriringan (Muhammad, 2005: 60-61).

Saat ini banyak pedagang yang sudah tidak mementingkan moral dan etika dalam berbisnis. Yang terpenting bagi mereka adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Dalam melakukan kegiatan bisnis ada beberapa yang perlu diperhatikan selain untuk mendapatkan keuntungan, para pedagang harus memiliki cara dan strategi agar dagangan mereka dapat menarik pembeli dan akhirnya laku terjual. Laku atau tidaknya barang dagangan tidak terlepas dari cara pedagang dalam memasarkan barang dagangannya. Pemasaran merupakan cara yang paling utama yang harus diterapkan dalam dunia perdagangan untuk mendapat keuntungan lebih, untuk mempertahankan kelangsungan hidup, dan untuk mengembangkan suatu bisnis. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial bagi individu dan kelompok guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan cara menciptakan, menawarkan dan menukarkan barang yang bernilai dengan barang yang bernilai lainnya untuk satu sama lain. Sedangkan menurut William J. Santon pemasaran merupakan sistem dari seluruh kegiatan-kegiatan bisnis dalam menentukan harga, merencanakan, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Danupranata, 2013: 39).

Ditengah persaingan bisnis yang semakin gencar dan memanas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada pedagang pakaian di Pasar Beringharjo dan menganalisis strategi pemasaran seperti apa yang digunakan oleh para pedagang dan apakah para pedagang tersebut telah memahami dan senantiasa sudah menerapkan etika bisnis Islam dalam strategi pemasarannya. Dari permasalahan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Strategi Pemasaran (Studi Kasus Sektor Penjualan Pakaian di Pasar Beringharjo Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti akan membahas:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dalam jual beli pada pasar Beringharjo?
2. Apakah para pedagang telah menerapkan etika bisnis Islam dalam strategi pemasarannya?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, peneliti memiliki tujuan:

1. Strategi pemasaran yang digunakan dalam jual beli pada pasar Beringharjo.
2. Pengaruh pada para pedagang yang telah menerapkan Etika Bisnis Islam dalam transaksi jual belinya dan yang belum menerapkannya.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Untuk dapat meningkatkan pengetahuan peneliti tentang pentingnya menerapkan etika bisnis Islam dalam dunia perdagangan.

2. Bagi Mahasiswa

Dapat menambah kontribusi dalam Ilmu Ekonomi Islam pada para mahasiswa mengenai pentingnya penerapan Etika Bisnis Islam dalam strategi pemasaran sehingga dapat dijadikan referensi sebagai penelitian selanjutnya.

3. Bagi Pedagang

Dapat dijadikan sebagai acuan atau pedoman yang dapat diterapkan oleh para pedagang dan dapat menambah wawasan jika etika bisnis Islam sangatlah diperlukan dalam praktik jual beli.

4. Bagi Pasar Beringharjo Yogyakarta

Dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi pada pasar Beringharjo kedepannya dan dapat memberi sosialisasi pada para pedagang untuk mulai menerapkan Etika Bisnis Islam dalam strategi pemasarannya.