

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial semua orang di sepanjang abad. Hal ini juga berlaku pada dunia kita sekarang ini. Di seluruh dunia hampir tidak ada lagi kelompok-kelompok yang “berdikari”, sehingga tidak membutuhkan produk atau jasa orang lain. Malah bisa dikatakan, semakin maju suatu masyarakat, semakin besar pula ketergantungan satu sama lain di bidang ekonomi. Bisnis merupakan suatu unsur mutlak perlu dalam masyarakat modern. Sebagai bagian dan bidang dunia kini, umat Islam tidak terkecualikan dari aturan ini. Karena merasakan perlu dan pentingnya bisnis, mereka juga terlibat dalam bisnis. Agama mereka (Islam) bukan hanya mengizinkan mereka, tetapi juga mendorong mereka untuk berbisnis. Nabi Muhammad SAW sendiri adalah seorang pengusaha penuh untuk jangka waktu yang lama.

Islam merupakan agama mayoritas yang dianut penduduk dunia dan yang dalam ajarannya sangat mendorong kemajuan teknologi, termasuk berbagai inovasi dalam sistem perdagangan. Namun demikian, berbagai jenis cara berdagang ini harus dipahami benar dan dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah dalam *muamalah*.<sup>1</sup> Dalam *muamalah* pada

---

<sup>1</sup> Prof. Jusmaliani, M.E., *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, hlm. 182



Pada dasarnya, Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang agama dan etika. Di dalam peraturan sirkulasi atau perdagangan Islami terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih.

Yusuf Qardawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu :

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
6. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.<sup>3</sup>

Salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan adalah Kota Demak, Kota dimana para wali menyebarkan ajaran Islam pertama kali di tanah jawa, selain penyebarannya melalui media dakwah juga melalui perdagangan. Ada banyak pasar yang terdapat di kabupaten Demak diantaranya pasar yang berada di kecamatan Sayung. Pasar Sayung adalah pasar tradisional, dimana penjual dan pembeli bertemu secara fisik untuk

---

<sup>3</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 1997, hlm. 173

melakukan aktivitas tawar-menawar, kemudian setelah terjadi kesepakatan baru diikuti dengan transaksi di mana sejumlah uang diserahkan oleh pembeli sebagai pengganti barang yang diterimanya dari penjual. Mayoritas pedagang pasar Sayung adalah beragama Islam. Aktivitas pasar tradisional juga dilakukan secara implisit dalam proses tawar menawar. Penjual memuji barang dagangannya dan membicarakan keunggulan-keunggulan tertentu dari barang tersebut, yang sebenarnya tidak lain dari kegiatan promosi dalam pemasaran. Luas pasar Sayung adalah 4.327 meter persegi dan terdapat 850 pedagang. Keberadaan pasar Sayung ini bukan hanya untuk masyarakat Sayung, tapi juga daerah-daerah lain termasuk dari luar kecamatan Sayung kabupaten Demak.

Hal ini tentu akan mempengaruhi pola kegiatan bisnis masyarakat Demak yang terkenal dengan sebutan Kota Wali yang mayoritas beragama Islam. Maka dengan identitas itulah menghendaki perilaku masyarakat Demak sejalan dengan ajaran agama Islam yang ditopang oleh ketentuan adat, termasuk dalam bidang *muamalah* (perdagangan). Untuk dapat terus menumbuh kembangkan dan melestarikan pengaplikasian nilai-nilai tersebut, maka perlu pengembangan sistem berekonomi secara syariah.

Berdasarkan survey awal yang penulis lakukan kepada pedagang pasar Sayung yang diambil secara acak berdasarkan jenis dagangan dan lokasi berdagang, ditemui baru sebagian kecil para pedagang yang faham mengenai etika Islam dalam berdagang. Dari 10 (sepuluh) orang pedagang yang ditemui/diwawancarai hanya 3 (tiga) orang dari pedagang yang faham

mengenai etika Islam dalam berdagang, sementara 3 (tiga) orang lainnya belum faham mengenai etika Islam dalam berdagang. Sisanya berdagang yang penting mereka mendapat keuntungan.

Ada salah satu pedagang perempuan janda beranak dua yang dalam kehidupan ekonominya sangatlah sederhana, tetapi dengan kesederhanaan tersebut beliau justru sangat menjunjung tinggi nilai keadilan dan kejujuran, beliau berkeyakinan bahwa dengan kejujuran akan membawa keberkahan tersendiri dalam kehidupan dan keluarganya. Selain itu berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan, pedagang sering menawarkan barang-barang dagangan mereka dengan harga yang relatif tinggi, sehingga konsumen merasa kesulitan dalam menawar harga, terkadang sampai setengah harga, sehingga ada di antara pelanggan (konsumen) yang merasa kurang nyaman, karena merasa tertipu.

Beranjak dari kondisi di atas maka penulis bermaksud untuk meneliti bagaimana **“KORELASI PEMAHAMAN ETIKA ISLAM DALAM BERDAGANG DENGAN PERILAKU DAGANG (Studi Kasus Terhadap Pedagang Pasar Sayung Kabupaten Demak).”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan memperhatikan latar belakang masalah diatas maka permasalahan yang akan diangkat adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada hubungan antara pemahaman etika Islam dengan perilaku berdagang?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Berkaitan dengan masalah diatas, tentunya ada tujuan yang ingin dicapai yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah ada hubungan pemahaman etika Islam dengan perilaku berdagang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran dan mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya mengenai etika Islam dalam berdagang dan perilaku dagang di lingkungan masyarakat.

#### 2. Manfaat Praktis

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dan penulis tentang korelasi pemahaman etika Islam dalam berdagang dan perilaku dagang (studi kasus terhadap pedagang pasar Sayung kabupaten Demak).
- b. Bahwa hasil penelitian nantinya dapat dijadikan bahan masukan bagi masyarakat, akademisi maupun praktisi tentang korelasi pemahaman etika Islam dalam berdagang dan perilaku dagang (studi kasus terhadap pedagang pasar Sayung kabupaten Demak).

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yang kesemuanya merupakan satu rangkaian yang saling berkaitan. Adapun isi yang menjadi pokok bahasan masing-masing bab diuraikan sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan, Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Tinjauan Pustaka, Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang meliputi penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran teoritis serta hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian, Bab ini berisi tentang metode penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran serta teknik analisis data.

Bab IV : Analisis Data, Bab ini berisi tentang profil obyek penelitian, deskriptif data penelitian dan responden, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis data dan pembahasan hasil analisa data.

Bab V : Penutup, Bab ini berisi tentang rangkaian dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan, saran-saran dan penutup.

