

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Etika bisnis telah mendorong beberapa peneliti untuk mengadakan penelitian terhadap etika bisnis Islam pada pedagang sebagai berikut :

1. Jurnal oleh Parmujianto dengan judul “*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Swalayan di Kompondren Al-Yasini Mart*”. Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) AL-Yasini Pasuruan tahun 2020. Hasil penelitian ini menyatakan penerapan etika bisnis Islam yang ada di Swalayan Al-Yasini Mart (AM) sudah sesuai dengan kaidah-kaidah etika bisnis Islam yang dibenarkan oleh ajaran Islam tetapi belum maksimal.
2. Jurnal oleh Mabarroh Azizah dengan judul “*Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Daring di Toko Online Shopee*”. Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto tahun 2020. Hasil penelitian ini

menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam praktek jual beli daring belum menerapkan etika bisnis Islam karena pihak penjual masih melakukan diskriminasi berupa kebohongan terhadap pembeli.

3. Jurnal oleh Ira Puspitasari dengan judul “*Analisis Praktik Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)*”. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas IBN Khaldun Bogor tahun 2019. Hasil penelitian ini menyatakan sudah sedikitnya menerapkan praktik etika bisnis syariah, namun belum semuanya benar-benar faham mengenai apa saja etika bisnis syariah.
4. Jurnal oleh Amir Salim dengan judul “*Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas di Kota Palembang*”. Dosen Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri (IGM) Palembang tahun 2018. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan etika bisnis Islam pedagang pengepul barang bekas dapat dikategorikan baik.

5. Skripsi oleh Umi Mursidah dengan judul “*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2017. Hasil penelitian ini menyatakan penerapan etika bisnis secara umum belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung.
6. Jurnal oleh Lalu Muh Shabiran, Titiek Herawati, Ihsan Rois dengan judul “*Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur*”. Universitas Mataram Indonesia tahun 2017. Hasil penelitian ini menyatakan dari kelima informan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis pedagang belum sesuai dengan prinsip etika bisnis yang diajarkan Rasulullah seperti siddiq, tabliq, amanah, fathonah.
7. Tesis oleh Heri Irawan dengan judul “*Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentran*”.

Sinjai”. Pascasarjana Universitas Islam Negeri Alauiddin Makassar tahun 2017. Hasil penelitian ini menyatakan mayoritas pedagang sembako di pasar sentral Sinjai telah memahami etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang.

8. Skripsi oleh Fery Prasetyo dengan judul “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Daging Sapi di Toko “Pojok Jaya” Ponorogo*”. Program Studi Mu’amalah Fakultas Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Ponorogo tahun 2015. Hasil penelitian ini menyatakan transaksi jual beli daging sapi belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena tidak sesuai dengan prinsip keseimbangan dan kebenaran yang didalamnya ada unsur kebajikan dan kejujuran.
9. Jurnal oleh Firti Amalia dengan judul “*Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2013. Hasil penelitian ini menyatakan

sebanyak 83% pedagang sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

B. Landasan Teori

1. Etika Bisnis

a. Pengertian Etika Bisnis

Sama seperti kebanyakan istilah lain dalam konteks ilmiah, istilah “etika” juga berasal dari bahasa Yunani kuno. Kata Yunani *ethos* dalam bentuk tunggal memiliki banyak arti: tempat tinggal, kebiasaan, tata cara, akhlak, kepribadian serta cara berpikir. Dalam bentuk jamak (*ta etha*) memiliki arti tata cara atau kebiasaan¹⁵.

Etika mengarahkan kita untuk memahami secara mendasar dan tepat mengapa kita diharuskan hidup sebagai orang baik dengan mendasarkan perilaku kita pada norma atau doktrin tertentu yang dipertahankan oleh masyarakat tempat kita tinggal. Namun, etika kurang dari ajaran moral pada saat yang sama karena tidak ada otoritas atau ruang lingkup etika untuk menentukan apa yang baik dan apa yang tidak baik, apa yang

¹⁵ K. Bertens, *Etika*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm.4.

boleh dan apa yang harus atau tidak boleh dilakukan, karena untuk menentukan apa yang baik dan apa yang tidak baik, diperbolehkan atau apa yang tabu atau tidak bisa dilakukan adalah otoritas atau ranah moralitas¹⁶.

Secara umum, pengertian etika usaha adalah cara-cara yang dilakukan pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnisnya yang meliputi banyak sekali aspek, baik itu individu, perusahaan, juga masyarakat. Etika usaha bisa juga diartikan menjadi suatu pengetahuan tentang cara ideal dalam mengelola usaha dengan memperhatikan kebiasaan dan moralitas yang berlaku secara universal, ekonomi, dan sosial¹⁷.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa etika bisnis adalah aturan main, erat kaitannya dengan norma dan prinsip umum yang mengatur masyarakat, yang bertujuan untuk membawa rasa aman dan nyaman kepada pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan komersial yang di dalamnya terdapat aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan dan distribusi asset. Etika bisnis

¹⁶ L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hlm. 33.

¹⁷ Saban Echdar. Maryadi, *Business Ethics and Entrepreneurship (Etika Bisnis dan Kewirausahaan)*, (Sleman: Deepublish, 2019), hlm. 22.

mengarahkan pengusaha untuk selalu memperhatikan kepentingan *stakeholders*¹⁸ dalam perkembangan usahanya¹⁹.

b. Teori Etika

Sebagaimana disebutkan oleh Keraf dalam bukunya “Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur” yang dikutip oleh Sofyan S. Harahap secara teori etika bisa dibagi dalam berbagai jenis²⁰:

1. Teori *Deontologi*, dalam teori ini etika *deontologi* merupakan kewajiban manusia untuk berbuat baik terlepas dari proses, tujuan dan akibat dari tindakannya. Jika seseorang telah menjalankan tugasnya, dia dianggap baik secara moral. Dalam bukunya, Keraf memberikan tiga prinsip yang harus diketahui: 1. Tindakan dianggap bermoral jika dilakukan atas

¹⁸ Stakeholder adalah pihak pemangku kepentingan atau beberapa kelompok orang yang memiliki kepentingan di dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan dari bisnis secara keseluruhan. Stakeholder dikelompokkan menjadi dua yaitu stakeholder internal dan stakeholder eksternal. Stakeholder internal meliputi organisasi / industri itu sendiri, pemegang saham, pemilik bisnis, dan para karyawan. Sedangkan stakeholder eksternal meliputi konsumen, *supplier*, pesaing, investor, pemerintah, sebuah komunitas lokal di suatu daerah, media, masyarakat secara umum, dll. Riesta, d.k, “stakeholder dan tanggung jawab sosial perusahaan”, diakses dari <https://binus.ac.id/malang/>, diakses tanggal 16 April 2021.

¹⁹ Fakhry Zamzam, *Op. cit.*, hlm. 4.

²⁰ S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 24-25.

dasar kewajiban. 2. Nilai moral mereka tergantung pada niat baik pelakunya, jika bukan niat baik maka dianggap tidak bermoral. 3. Menurut keduanya, setiap perbuatan harus menghormati hukum.

2. Teori *teleologi*, etika *teleologi* dalam teori ini adalah bahwa suatu perbuatan dianggap bermoral apabila maksud dan hasil perbuatan itu baik. Misalnya, jika seseorang mencuri untuk memberikan sesuatu kepada orang yang lapar, itu dapat dianggap baik menurut dua teori:

a. Teori *egoisme*, menganggap bahwa tindakan setiap orang perlu difokuskan (dimotivasi) oleh minat mereka dan bergerak maju terlepas dari alasan atau perkataan mereka. Teori ini didukung oleh Thomas Hobbes. Mengingat perasaan mengutamakan kepentingan pribadi mereka, setiap orang menjadi kompetitif dan bekerja keras. Teori ini menyebabkan *konsumerisme*²¹ dan *hedonisme*²² ketika

²¹Konsumerisme adalah mengonsumsi sesuatu produk bukan dalam rangka kegunaan (utility), tetapi lebih berat pada pertimbangan nilai (value) yang melekat pada produk itu. Sairin.S, *Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia: Perspektif Antropologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002), hlm 215.

seseorang telah mencapai banyak hasil sehingga melupakan kepentingan orang lain. Jadi dalam teori ini tidak ada *altruisme*²³.

- b. Teori *utilitarianisme*, teori ini menilai bahwa kebaikan suatu tindakan dinilai berdasarkan manfaat, tujuan, atau konsekuensi dari tindakan tersebut bagi sebanyak mungkin orang. John Stuart Mill mengevaluasi prinsip kegunaan atau kebahagiaan bagi massa yang diukur dengan upaya menciptakan kebahagiaan dan menghindari hal-hal yang menyakitkan atau tidak nyaman bagi sebagian orang, di sini tujuannya adalah untuk mencapai agar orang dapat bersatu untuk hidup harmonis.

c. Prinsip Etika Bisnis

Mengenai etika bisnis, setidaknya prakarsa yang dilakukan oleh tiga Agama, yaitu Islam, Kristen dan Yahudi pada tahun

²² Hedonisme adalah pandangan hidup yang mengasumsikan bahwa orang akan berbahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak-banyaknya dan sebisa mungkin menghindari perasaan menyakitkan. Erika Sari Setianingsih, *Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak*, Malih Peddas, Vol. 8, No. 2, 2018.hlm 140.

²³ Altruisme: paham (sifat) lebih memperhatikan dan mengutamakan kepentingan orang lain (kebalikan dari egoisme); sikap yang ada pada manusia, yang mungkin bersifat naluri berupa dorongan untuk berbuat jasa kepada manusia lain. Diakses dari <https://kbbi.web.id/>, tanggal 16 April 2021.

1984, dan pernyataan tentang etika bisnis, yaitu moralitas dalam pedoman organisasi yang terkait dengan etika bisnis serta terbentuk moralitas perilaku individu karyawan selama bekerja²⁴. Secara umum dapat dikemukakan beberapa prinsip etika bisnis²⁵, yakni:

1. Prinsip otonomi, yaitu sikap dan kemampuan orang untuk mengambil keputusan dan bertindak atas dasar kesadarannya sendiri tentang apa yang menurut mereka baik.
2. Prinsip kejujuran, dalam hal ini kejujuran merupakan kunci sukses sebuah perusahaan, kejujuran dalam mengontrol konsumen, dalam hubungan kerja, dll.
3. Prinsip keadilan, yaitu mengharuskan setiap orang diperlakukan sama sesuai dengan aturan yang adil dan berdasarkan kriteria yang rasional, obyektif, dan dapat dipertanggungjawabkan.

²⁴ Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cet IV (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hlm 19-20.

²⁵ Iwan Aprianto dkk, *Etika Dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Sleman: Deepublish, 2020), hlm 43-44.

4. Prinsip saling menguntungkan, yaitu mensyaratkan bahwa bisnis dijalankan dengan cara yang menguntungkan semua pihak.

2. Etika Bisnis dalam Perspektif Islam

a. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Secara syariah terdapat beberapa prinsip etika yang mengatur setiap aktivitas dan kegiatan bisnis²⁶, diantaranya:

1. *Shiddiq* (jujur). Islam mengajarkan bahwa dalam berwirausaha haruslah berlaku jujur sekalipun berat, dan merupakan satu sebab diberkatinya usaha. Rasulullah SAW, bersabda: *“Penjual dan pembeli berhak memperoleh hak khiyar selama mereka belum berpisah. Jika mereka berlaku jujur dan apa adanya akan diberkati dalam transaksinya. Jika keduanya menutup-nutupi dan berdusta, maka sekalipun mendapatkan keuntungan, keuntungan itu akan kehilangan berkah”* (HR Bukhari dan Muslim)²⁷.

²⁶ Iwan Apriyanto, dkk, *Op.cit*, hlm 44.

²⁷ Veithzal Rivai. Antoni Nizar, *Islamic Economics And Finance Ekonomi dan Keuangan Islam Bukan Alternatif Tetapi Solusi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm 219.

2. *Amanah* (dapat dipercaya). Seorang pebisnis muslim harus memiliki sifat amanah. Sikap yang bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk saat bekerja selalu diketahui oleh Allah SWT²⁸.
3. Adil. Dalam refleksinya dari dunia tasawuf yang dihubungkan dengan asas dan etika ekonomi Islam harus dilandaskan pada keadilan²⁹.
4. *Fathonah* (cerdas). Rasulullah dalam berdagang menerapkan kecerdasannya untuk mengelola perdagangan dan menjadi pebisnis yang handal karena dapat menyusun strategi serta mengatur tata kelola bisnisnya dengan baik³⁰.

b. Fungsi Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis professional. Sebagaimana diungkapkan oleh Syahata yang dikutip oleh Saban

²⁸ Ismail Yusanto. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Depok: Gema Insani, 2002), hlm 105.

²⁹ Syamsuri. Muhammad Ridwan, “*Konsep Adil dan Ihsan dalam Transaksi Ekonomi Menurut Imam Al-Ghazali dan Pengaruh Tasawuf Terhadapnya (Studi Analisis Terhadap Kitab Ihya’ al-‘Ulum al-Din)*”, Tasfiyah: Jurnal Pemikiran Islam, Vol. 3, No.1, 2019, hlm 71.

³⁰ Zahro Fathimatuz, M Nafik, “*Nilai Fathonah dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo*”, Jestt, Vol. 2, No. 9, 2015, hlm 746.

Echdar dan Maryadi, bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut:

1. Membangun kode etik Islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari risiko.
2. Kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan di atas segalanya adalah tanggung jawab di hadapan Allah SWT.
3. Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
4. Kode etik dapat memberikan kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja.
5. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara mereka semua.

Rasulullah SAW sangat banyak memberikan petunjuk mengenai fungsi etika bisnis Islam, di antaranya ialah: 1. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran; 2. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis; 3. Tidak melakukan sumpah palsu; 4. Ramah-tamah; 5. Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut; 6. tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya; 7. Tidak melakukan ikhtiar; 8. Takaran, ukuran dan timbangan yang benar; 9. Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah; 10. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan; 11. Tidak monopoli; 12. Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudarat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial; 13. Komoditas bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram; 14. Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan; 15. Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya; 16. Memberikan tenggang waktu apabila

pengutang (kreditor) belum mampu membayar; 17. Bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba³¹.

c. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Sebenarnya, ajaran Islam sarat dengan muatan etika bisnis sebagaimana yang dijumpai dalam kitab suci al-Qur'an, dan dijabarkan serta dipraktikkan oleh Rasulullah dalam bentuk sunnah (sunnah Rasul) yang dituangkan dalam berbagai hadits beliau.

Sejak semula (sebelum diangkat sebagai Rasul), nabi Muhammad SAW sudah mempraktikkan etika bisnis, yakni ketika beliau melakukan usaha bisnis dalam bentuk *mudharabah* (bagi hasil, *profit sharing*) dengan Khadijah yang kemudian menjadi istri beliau. Kemudian setelah beliau diangkat menjadi rasul, etika bisnis yang beliau laksanakan mendapat dasar hukum yang sangat kuat, yakni melalui firman Allah yang dimuat dalam al-Qur'an. Atas dasar itu, dengan keyakinan (keimanan) terhadap firman Allah yang bersifat mutlak kebenarannya, tanpa ragu-ragu beliau menjabarkannya dalam bentuk sunnah rasul.

³¹Saban Echdar.Maryadi , *Op.cit*, hlm 199-123.

Etika bisnis syariah berdasarkan kepada nilai-nilai dasar Islam yang terdiri dari aqidah, syariah dan akhlak, yang menjadi satu kesatuan utuh yang tidak boleh dipisahkan antara satu sama lainnya. Nilai dasar syariah terdiri dari ibadah yang dibahas oleh *fiqh ibadah*, dan *mua'malah* yang dibahas oleh *fiqh mua'malah* di antaranya tentang ekonomi syariah. Sedangkan etika tergolong ke dalam nilai dasar akhlak (moral Islam)³².

3. Transaksi Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan suatu transaksi yang lazim digunakan oleh masyarakat karena dalam pemenuhan kebutuhan hidup seseorang tidak bisa lepas dari hal tersebut. Manusia tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri dan akan membutuhkan orang lain serta berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tersebut sehingga terjadilah suatu transaksi yang dikenal sebagai jual beli³³.

³² Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah Berbisnis Sesuai dengan Modal Islam*, (Yogyakarta: Sunrise, 2016), hlm 2-3.

³³ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka belajar, 2008), hlm 69.

Jual beli dalam bahasa Arab disebut al-bay', artinya bertukar atau saling menukar. Menurut termitologi, jual beli adalah pertukaran asset berdasarkan kesepakatan suka sama suka. Menurut Ibnu Qudamah yang dikutip oleh Rahmad Syafei pengertian jual beli adalah pertukaran asset untuk dapat digunakan dan dijadikan hal milik. Dapat disimpulkan bahwa definisi jual beli menurut kesepakatan syariah adalah pertukaran barang secara bersahabat antara dua orang atau lebih untuk saling memiliki. Saat membeli dan menjual, penjual berhak memiliki uang secara legal dan pembeli berhak memiliki barang yang diterimanya dari penjual³⁴.

b. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antara sesama manusia mempunyai landasan yang kuat baik dari Al-Qur'an maupun al-Hadist³⁵.

- 1) Al-Qur'an Surat Al-Baqarah, 2:275 :

³⁴ Siti Mujiatun, "*Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam Dan Istisna*", Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis, Vol. 13, No. 2, 2013, hlm 204.

³⁵ *Ibid.*, hlm 67.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ
الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا
فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ
فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ٢٧٥

“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”

Tafsir Al-Jalain dari Q.S Al-Baqarah: 275³⁶:

³⁶ Belajar Tajwid, Dikutip dari <https://tafsir.learn-quran.co/id> pada tanggal 3 Desember 2021.

“(Orang-orang yang memakan riba), artinya mengambilnya. Riba itu ialah tambahan dalam muamalah dengan uang dan bahan makanan, baik mengenai banyaknya maupun mengenai waktunya, (tidaklah bangkit) dari kubur-kubur mereka (seperti bangkitnya orang yang kemasukan setan disebabkan penyakit gila) yang menyerang mereka; minal massi berkaitan dengan yaquumuuna. (Demikian itu), maksudnya yang menimpa mereka itu (adalah karena), maksudnya disebabkan mereka (mengatakan bahwa jual-beli itu seperti riba) dalam soal diperbolehkannya. Berikut ini kebalikan dari persamaan yang mereka katakan itu secara bertolak belakang, maka firman Allah menolaknya, (padahal Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Maka barang siapa yang datang kepadanya), maksudnya sampai kepadanya (pelajaran) atau nasihat (dari Tuhannya, lalu ia menghentikannya), artinya tidak memakan riba lagi (maka baginya apa yang telah berlalu), artinya sebelum datangnya larangan dan doa tidak diminta untuk mengembalikannya (dan urusannya) dalam memaafkannya terserah (kepada Allah. Dan orang-orang yang mengulangi)

memakannya dan tetap menyamakannya dengan jual beli tentang halalnya, (maka mereka adalah penghuni neraka, kekal mereka di dalamnya).”

2) Al-Qur'an Surat an-Nisa', 4:29³⁷ :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

“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.”

Tafsir Al-Jalalain Q.S an-Nisa: 29³⁸:

“(Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang batil) artinya jalan yang haram menurut agama seperti riba dan gasab/merampas (kecuali dengan jalan) atau terjadi (secara perniagaan) menurut suatu

³⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*: Transliterasi Model Kanan Kiri (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2006)

³⁸ Belajar Tajwid., *Op.cit.*

qiraat dengan baris di atas sedangkan maksudnya ialah hendaklah harta tersebut harta perniagaan yang berlaku (dengan suka sama suka di antara kamu) berdasar kerelaan hati masing-masing, maka bolehlah kamu memakannya. (Dan janganlah kamu membunuh dirimu) artinya dengan melakukan hal-hal yang menyebabkan kecelakaannya bagaimana pun juga cara dan gejalanya baik di dunia dan di akhirat. (Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu) sehingga dilarang-Nya kamu berbuat demikian.”

3) Dari Hakim bin Hizam radhiyallahu anhu, ia berkata Rasulullah SAW bersabda, yang artinya³⁹:

"Penjual dan pembeli masih boleh memilih (untuk meneruskan transaksi atau membatalkannya) selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menjelaskan apa adanya, maka keduanya diberkahi dalam jual belinya. Jika keduanya menyembunyikan (cacat) dan berdusta, maka akan

³⁹ Munir Salim, *Jual Beli Secara Online Menurut Pandangan Hukum Islam*, Al-Daulah, Vol 6, No.2, 2017, hlm 375.

dihapuslah berkah pada keduanya."(HR. Bukhari no. 1973 dan Muslim no. 1532).

4) Ijma'

Ulama fiqh maupun setiap muslim sepakat bahwa jual beli itu adalah akad yang sah dan jaiz (boleh).

c. Rukun dan Syarat Jual Beli

Di dalam akad jual beli terdapat rukun dan syarat. Rukun merupakan sesuatu (kewajiban) yang tidak boleh tidak ada di dalam suatu akad dan jika tidak ada salah satunya, maka transaksi menjadi batal atau tidak sah. Syarat adalah sesuatu yang menimbulkan adanya rukun, tidak adanya syarat menimbulkan tidak adanya rukun⁴⁰.

Menurut pendapat mayoritas ulama, terdapat tiga atau empat rukun jual beli, yaitu: 1. Sighat atau lafazh ijab kabul; 2. Aqidani yaitu dua pihak yang berakad; 3. Ma'qud 'alaih yaitu objek yang diperjualbelikan baik berupa barang ataupun harga. Sebagian ulama yang mengungkapkan terdapat empat rukun jual beli adalah memisahkan antara kedua belah pihak yang berakad

⁴⁰ Ardito Bhinadi, *Muamalah Syar'iyah Hidup Barokah*, (Sleman: Deepublish, 2012), hlm 79-80.

(penjual dan pembeli) menjadi masing-masing rukun yang terpisah⁴¹.

Adapun syarat-syarat dalam transaksi jual beli yang berkaitan dengan pihak-pihak yang berakad adalah: 1) para pihak (penjual dan pembeli) berakal, cakap hukum; 2) atas kehendak sendiri, tidak dalam keadaan terpaksa. Syarat objek yang ditransaksikan: 1) barangnya suci; 2) dapat dimanfaatkan; 3) milik orang yang melakukan akad; 4) dapat diserahterimakan; 5) dapat diketahui barangnya, bukan barang fiktif⁴².

d. Macam-macam Jual Beli

Dalam *fiqh* Islam, jual beli terbagi pada beberapa jenis tergantung sudut pandang pembagiannya, diantaranya⁴³:

1. Pembagian jual beli menurut objek pertukarannya.

Berdasarkan sudut pandang ini, jual beli terbagi menjadi empat macam, yaitu:

a. Jual beli *sharf*, yaitu jual beli antara uang dengan uang.

Contoh yang banyak dikenal di kalangan masyarakat

⁴¹Ikit.Artiyanto. M. Saleh, *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2018), hlm 82.

⁴² Ardito Bhinadi., *Op.cit*, hlm 80.

⁴³Ikit.Artiyanto. M. Saleh, *Op.cit*, hlm 103-105.

adalah tempat pertukaran uang atau money changer antara beberapa mata uang yang berbeda⁴⁴.

- b. Jual beli *muqayadhah*, atau dikenal dengan istilah barter yaitu jual beli dengan cara menukar suatu barang dengan barang lain atas dasar suka sama suka yang disepakati penjual dan pembeli⁴⁵.
- c. Jual beli *salam*, yaitu jual beli di mana pembeli membayar uang (sama dengan harga) untuk barang tertentu, sedangkan barang yang diperdagangkan dikirim kemudian, yaitu pada tanggal yang disepakati. Jual beli *salam* umumnya dilakukan untuk produk-produk pertanian jangka pendek⁴⁶.
- d. Jual beli *muthlaq*, yaitu jual beli barang dengan harga (mata uang). Jenis jual beli ini merupakan jual beli paling

⁴⁴ Ahmad Sarwat, *Fiqh Jual-Beli*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), hlm 32.

⁴⁵ Andi Marisca, *Sistem Jual Beli Online Menurut Ekonomi Islam Pada Tokoh Ninshop Prabumulih*, (Palembang: Universitas Muhammadiyah, 2019), hlm 6.

⁴⁶ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Azkia Publisher, 2009), hlm 27.

populer dan paling banyak dijumpai ditengah masyarakat masa sekarang⁴⁷.

2. Pembagian jual beli menurut cara penentuan harga. Berdasarkan sudut pandang ini, jual beli terbagi menjadi empat macam juga diantaranya:
 - a. Jual beli *tauliyah*, adalah jual beli barang sesuai dengan harga pertama pembelian (harga pokok) tanpa adanya penambahan harga (keuntungan)⁴⁸.
 - b. Jual beli *wadh'iyah*, yaitu jual beli antara yang berakad dimana si penjual menyebutkan harga pokok dari barang yang akan dijual dan menjualnya dengan harga yang lebih rendah dari harga pokok tersebut⁴⁹.
 - c. Jual beli *murabahah*, yaitu jual beli suatu barang, di mana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri dari harga pokok barang dan tingkat keuntungan tertentu atas barang

⁴⁷ Nur Fathoni, *Konsep Jual Beli Dalam Fatwa DSN-MUI*, Conomica, Col. IV, Edisi 1, 2013, hlm 59.

⁴⁸ Jaluli Ahmad, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Telur Yang Ditimbang Dengan Menggunakan Sistem Taksiran (Studi di Kampung Sukacai Desa Sukacai Kec. Jiput Kab. Pandeglang)*, Pandeglang: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten, 2019, hlm 52.

⁴⁹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm 109.

yang dijual tersebut. Dengan kata lain jual beli murabahah adalah jual beli barang dengan memberitahukan perolehan harga pokok dan keuntungan yang ingin diperoleh penjual dan disepakati oleh pembeli⁵⁰.

d. Jual beli *musawamah*, disebut juga jual beli dengan cara tawar menawar, yaitu jual beli di mana pihak penjual tidak menyebutkan harga pokok barang yang dijual tetapi menetapkan harga tertentu dan membuka peluang untuk ditawar oleh pembeli. Jual beli ini adalah bentuk asal dari transaksi jual beli⁵¹.

3. Pembagian jual beli menurut cara pembayaran harga. Berdasarkan sudut pandang ini, jual beli terbagi menjadi dua macam, yaitu:

a. Jual beli *munajjaz al-tsaman*, yaitu jual beli yang pembayarannya dilakukan secara tunai pada saat akad

⁵⁰ Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), hlm 87-88.

⁵¹Mardani, *op.cit*, hlm 109.

berlangsung. Dengan kata lain tidak ada penundaan pembayaran atau pembayaran secara berkala⁵².

- b. Jual beli *mu'ajjal al-tsaman*, disebut juga jual beli tunda adalah jual beli di mana barang yang diperjualkan diberikan pada saat terjadinya akad sedangkan pembayarannya dilakukan kemudian sesuai waktu yang telah disepakati penjual dan pembeli⁵³.

4. Pasar

a. Pengertian Pasar

Dalam bahasa latin “*mercatus*” yang bermakna berdagang atau tempat berdagang. Terdapat tiga makna yang berbeda di dalam pengertian tersebut. Satu, pasar dalam artian secara fisik; dua, dimaksudkan sebagai tempat mengumpulkan; dan tiga, hak atau ketentuan yang legal tentang suatu pertemuan pada suatu market place⁵⁴.

⁵² Ida Muspiroh, *Tinjauan Umum Tentang Jual Beli Menurut Hukum Islam*, Pandeglang: Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten, 2018, hlm 66.

⁵³ Ita Destiani, *Analisis Model Transaksi Bisnis (Studi Kasus Ibu Organik Semarang) Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019, hlm 42.

⁵⁴ Damsar dan Indriyani, *Pengantar Sosiologi Pasar*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018, hlm 9.

Berbagai studi dipahami pengertian pasar yang lebih luas sebagaimana disebutkan oleh Stanton yang dikutip dari Fuad dkk merupakan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat faktor-faktor yang menunjang terjadinya pasar, yakni : keinginan, daya beli, dan tingkah laku dalam pembelian⁵⁵.

Dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli umum milik pemerintah daerah, tempat pedagang secara teratur dan langsung memperdagangkan barang dan jasa nya.

b. Macam-Macam Pasar

Dilihat dari jenisnya, pasar terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern:

1) Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri (Permendagri), pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat

⁵⁵M Fuad. Christine H. Nurlela. Sugiarto. Paulus, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000) hlm 120.

dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah dengan skala usaha kecil dan modal kecil dan dengan proses jual beli melalui tawar menawar⁵⁶.

2) Pasar Modern

Pasar modern adalah tempat penjualan barang-barang kebutuhan rumah tangga (termasuk kebutuhan sehari-hari), dimana penjualan dilakukan secara eceran dan dengan cara swalayan (konsumen mengambil sendiri barang dari rak dagangan dan membayar ke kasir). Itulah sebabnya, pasar dengan format seperti ini disebut juga pasar Swalayan⁵⁷.

⁵⁶ Istijabatul Aliyah, *Pasar Tradisional : Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm 2.

⁵⁷ Marina L Pandin, *Potret Bisnis Ritel di Indonesia: Pasar Modern*, *Economic Review*, No.215, 2009, hlm 2.

C. Kerangka Berpikir

Tabel 2.1

Kerangka Pemikiran

