

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konflik merupakan permasalahan sosial yang dihadapi oleh banyak negara. Konflik kebanyakan mengarah pada disintegrasi dan menjadi masalah yang berkepanjangan mulai dari kalangan elit, cendekiawan dan masyarakat awam. Konflik biasa terjadi ketika ada pertemuan dua atau lebih suku atau agama dalam suatu pemukiman. Konflik diartikan sebagai suatu proses sosial antara dua orang atau lebih (bisa juga kelompok) dimana salah satu pihak berusaha menyingkirkan pihak lain dengan menghancurkannya atau membuatnya tidak berdaya (Muspawi 2014, 46).

Konflik juga dapat terjadi karena adanya perbedaan kepentingan-kepentingan yang kemudian masing-masing pihak ingin mengklaim daerah kekuasaannya untuk lebih memperkuat kedudukan mereka sebagai sebuah komunitas. Perebutan kekuasaan bukan hanya terjadi pada komunitas kecil saja, namun sering juga terjadi antar dua negara dan menimbulkan konflik berkepanjangan. Hal ini yang menjadi alasan utama konflik berkepanjangan yang terjadi antara Israel dan Palestina.

Konflik Israel-Palestina adalah konflik yang paling lama berlangsung di wilayah timur tengah. Ketegangan antara Israel dan Palestina yang telah berlangsung lama kembali memicu aksi kekerasan bersenjata yang menelan banyak korban. Berdasarkan data dari Kantor Koordinasi Urusan Kemanusiaan Perserikatan Bangsa- Bangsa (OCHA), setidaknya terdapat 6.715 korban jiwa dan 158.867 korban luka dari kurun Januari 2008-September 2023. Dari jumlah itu, sebanyak 95,4 persen korban meninggal dan 96 persen korban luka berasal dari warga Palestina (Priambada, Yulius 2023).

Data tersebut memberikan gambaran betapa mengerikannya dampak dari serangan Israel terhadap warga Palestina. Salah satu bentuk tindakan

protes yang dilakukan oleh sekelompok umat Islam dunia adalah melakukan boikot terhadap produk pro Israel. Boikot adalah tindakan untuk tidak menggunakan, membeli, atau berurusan dengan seseorang, organisasi, atau suatu negara sebagai wujud protes atau bentuk pemaksaan (Octavia, Handayani 2023, 1). Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia boikot adalah memboikot artinya sama-sama tidak bergaul, berurusan dagang, berbicara, ikut serta, membeli produk (Dahlan 1999, 78). Boikot juga biasanya dimaknai dengan kata-kata bersifat larangan, ancaman, penolakan pencegahan dan lain-lain. Seperti QS. Al- Mumtahanah (60):9

إِنَّمَا يَنْهَكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ قَاتَلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَأَخْرَجُوكُم مِّن دِيَارِكُمْ وَظَاهَرُوا عَلَىٰ إِخْرَاجِكُمْ أَن تَوَلَّوْهُمْ وَمَن يَتَوَلَّهُمْ فَوَلَّيْكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya: Sesungguhnya Allah hanya melarang kamu menjadikan mereka sebagai kawanmu orang-orang yang memerangi kamu dalam urusan agama dan mengusir kamu dari kampung halamanmu dan membantu (orang lain) untuk mengusirmu. Barangsiapa menjadikan mereka sebagai kawan, mereka itulah orang-orang yang zalim.

Dalam Tafsir Ibnu Katsir, maksud ayat tersebut adalah Allah melarang kaum muslimin untuk tidak berteman dengan mereka yang memusuhi Islam, yang memerangi dan mengusir, serta yang ikut mengusir umat muslimin. Dalam hal tersebut Allah memerintahkan umat Islam untuk memusuhi mereka. Sehingga Allah mempertegas ancaman bagi kaum muslimin yang menjadikan mereka sebagai teman (Ghoffar 2004, 143).

Beberapa negara termasuk Indonesia, melalui Fatwa MUI No 83 Tahun 2023, menyerukan boikot produk yang berafiliasi dengan Israel sebagai bentuk dukungan terhadap Palestina. Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa No 83 Tahun 2023 tentang Hukum dukungan terhadap pejuang Palestina. Dalam fatwa MUI No 83 Tahun 2023 tentang hukum dukungan terhadap perjuangan Palestina pada poin ke-1 menyebutkan bahwa "*Mendukung agresi*

Israel terhadap Palestina atau pihak yang mendukung Israel baik langsung maupun tidak langsung hukumnya haram” dan pada poin ke-2 Fatwa MUI No 83 Tahun 2023 merekomendasikan bahwa “umat Islam diimbau untuk semaksimal mungkin menghindari transaksi dan penggunaan produk yang terafiliasi dengan Israel serta yang mendukung penjajahan dan zionisme” (MUI 2023, 8).

Pertimbangan fatwa tersebut adalah karena MUI menilai agresi Israel terhadap Palestina mengakibatkan korban jiwa berjatuhan, ribuan warga mengungsi serta hancurnya rumah dan fasilitas publik.

Fatwa MUI ini juga merekomendasikan agar umat Islam menghindari transaksi produk terafiliasi Israel, umat Islam diimbau untuk semaksimal mungkin menghindari transaksi dan penggunaan produk yang terafiliasi dengan Israel serta yang mendukung penjajahan dan Zionisme. Meski MUI tidak memiliki otoritas membuat produk terafiliasi Israel, namun MUI membolehkan masyarakat untuk melakukan riset. MUI meminta kepada pemerintah, kementerian terkait dan lembaga non struktural untuk ikut memberikan literasi kepada masyarakat dengan cara membuka data dan informasi produk mana yang terafiliasi Israel. Berdasarkan analisis dan kajian internal Yayasan Konsumen Muslim Indonesia (YKMI), terdapat 10 produk yang terafiliasi Israel, adapun daftar merek yang halal diboikot sesuai dengan irsyadat MUI meliputi Starbuck, Danone, Nestle, Zara, Kraft, Heinz, Unilever, Coca Cola Group, McDonald, Mondelez, Burger King (Majelis Permusyawaratan Ulama Aceh, 2024). Daftar merek yang halal diboikot menurut YKMI ditanggapi oleh Wakil Sekretaris Jenderal MUI, Arif Fahrudin bahwa MUI membolehkan masyarakat menggunakan daftar perusahaan dan produk terafiliasi Israel dari YKMI sebagai rujukan dalam menjalankan Irsyadat MUI.

Selain itu, Gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) Indonesia terhadap Israel yang merupakan bagian dari Palestinian BDS National Commite (BNC) merilis daftar perusahaan besar yang terlibat dalam

mendukung serangan Israel ke Palestina, brand-brand tersebut terdiri dari AXA yang telah berinvestasi di bank-bank Israel yang membiayai pencurian tanah dan sumber daya alam Palestina, Puma mensponsori sepak bola Israel yang mencakup tim-tim ilegal Israel di tanah Palestina, Hewlett Packard (HP) membantu menjalankan ID biometrik yang digunakan Israel untuk membatasi pergerakan warga Palestina, Siemens terlibat dalam perusahaan pemukiman ilegal Israel melalui rencana pembangunan EuroAsia Interconnector yang memungkinkan tanah Palestina dicuri untuk mendapatkan keuntungan, Domino's Pizza, Starbuck, Burger King, Papa John's Pizza, Pizza Hut, McDonalds, Carrefour, Grup Nestle, P&G, Kraft, Coca Cola, Pepsico, Johnson & Johnson, Unilever, Mars, Kellogg's, Disney dan L'Oreal (BDS, 2023). Produk-produk yang dijual oleh perusahaan tersebut merupakan elemen penting dalam suatu bisnis yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan masyarakat.

Bisnis jual beli yang dilakukan manusia terkadang tidak langsung dari produsen ke konsumen, tetapi juga menggunakan pihak lain yaitu distributor. Distributor adalah perorangan atau badan usaha yang bertindak atas namanya sendiri yang ditunjuk oleh pemasok untuk melakukan pembelian, penyimpanan, penjualan serta pemasaran barang dalam partai besar, distributor merupakan orang yang mendistribusikan barang.

Umat Islam dalam mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen hendaknya menggunakan etika bisnis Islam. Agama Islam mengajarkan kepada umatnya untuk tetap menjunjung tinggi nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah di dalam segala aspek kehidupan. Oleh karena itu apabila etika dikaitkan dengan masalah bisnis, maka dapat digambarkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadis yang harus dijadikan pedoman hidup oleh pebisnis. Etika bisnis Islam ditekankan kepada kebebasan manusia bertindak dan bertanggung jawab. Namun, manusia akan tetap diberikan batasan-batasan oleh Allah SWT tentang permasalahan baik maupun permasalahan yang buruk. Ajaran etika

bisnis Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik, baik pada diri sendiri, berbuat baik pada lingkungan alam maupun lingkungan sosial, berbuat baik kepada sesama manusia, dan beriman kepada Allah SWT.

Bisnis adalah bagian dari muamalah yang dijalankan oleh seseorang yang mahir dan cakap untuk mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya (Arjianto 2011, 6). Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam etika bisnis Islam terdapat halal-haram yang dapat dipahami bahwa dalam menjalankan suatu bisnis harus mengikuti batasan-batasan yang diperbolehkan dalam hukum Islam. Manusia dianjurkan berbisnis ataupun berusaha, namun hal tersebut ada batasan-batasannya, dalam artian seseorang yang melakukan bisnis tidak diperbolehkan merugikan orang lain dan penghasilan yang didapatkan halal dan baik (Yusanto, Widjajakusuma 2002, 21)

Tugas utama etika bisnis Islam adalah menentukan cara-cara untuk menjadi penengah antara permintaan moral dan kepentingan strategis perusahaan. Dengan kata lain, fungsi etika bisnis adalah menengahi antara tuntutan moral dan kepentingan perusahaan untuk memperoleh laba agar perusahaan tetap survive (Jakfar 2008, 283). Etika yang dianjurkan dalam bisnis atau jual beli harus terlepas dari unsur riba, unsur ketidakpastian, unsur penipuan atau manipulasi, dan unsur ketidakadilan (Rahman 1995, 186). Etika bisnis Islam memberikan penjelasan bahwa perilaku bisnis yang sesuai dengan Al-Qur'an harus memenuhi kriteria-kriteria diantaranya adalah dapat bermanfaat bagi kemaslahatan umat manusia dan mendatangkan keberkahan serta rezeki bagi semua pihak.

Didalam konsep etika bisnis islam, terdapat lima prinsip yang hendaknya diterapkan oleh para pelaku bisnis Islam yaitu prinsip keesaan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebenaran/kebijaksanaan. Pebisnis muslim haruslah memiliki sifat amanah dan bertanggung jawab, tanggung jawab di agama Islam memiliki aspek fundamentalis yakni seorang

khalifah yang baik selalu melakukan perbuatan baik kepada sesamanya, tanggung jawab seorang khalifah dilakukan dengan sukarela, jika konsep ini dilakukan dalam bisnis maka manusia khususnya pebisnis muslim akan berbisnis dengan cara yang halal dimana semua pengelolaannya dilakukan dengan cara yang benar, adil dan mendatangkan manfaat yang optimal bagi komponen masyarakat. Penerapan perilaku ini tidak akan membawa bencana dan kerugian pada pihak lain karena menjunjung tinggi moral (Abdullah 2011, 20). Pada prinsip kebenaran dalam etika bisnis Islam, konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar meliputi proses mencari dan memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih keuntungan.

Swalayan Budiman merupakan salah satu distributor muslim yang banyak diminati oleh masyarakat Kota Padang untuk berbelanja. Terbukti dengan banyaknya outlet Swalayan Budiman yang tersebar di Kota Padang, yang mana terdapat 10 outlet yaitu; Budiman Sawahan, Budiman Pondok, Budiman Bandar Buat, Budiman Air Tawar, Budiman Ampang, Budiman Gunung Pangilun, Budiman Bypass Kuranji, Budiman Anduring, Budiman Ulak Karang dan Budiman Lubuk Begalung.

Norma-norma yang diterapkan di Swalayan Budiman Kota Padang diantaranya yaitu Syariah Islam, Keadilan dan keharmonisan, kepedulian dan kemanusiaan, kesusilaan dan kepatutan, hukum dan ketertiban. Sebagai distributor muslim yang menjunjung norma Syariah serta banyak diminati oleh masyarakat Kota Padang, Swalayan Budiman hendaknya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam bermuamalah.

Sejak dikeluarkannya Fatwa MUI No 83 Tahun 2023 tersebut berbagai macam reaksi dari para pelaku ekonomi salah satunya yaitu Swalayan Budiman Kota Padang. Setelah dikeluarkannya Fatwa MUI No 83 Tahun 2023 tersebut Swalayan Budiman selaku distributor muslim tetap menjual produk-produk yang terafiliasi dengan Israel seperti produk-produk Nestle (Bear Brand, Nescafe, Purelife). Meskipun Swalayan Budiman Kota

Padang tetap menjual produk-produk boikot tersebut, mereka tetap melakukan upaya untuk mengingatkan masyarakat dengan cara memasang baliho di atas pintu masuk Swalayan Budiman Kota Padang yang bertuliskan peduli Palestina dan himbauan Fatwa MUI No 83 Tahun 2023 tentang hukum dukungan terhadap perjuangan Palestina, menyerukan dan menyarankan umat Islam untuk semaksimal mungkin menghindari transaksi dan penggunaan produk yang terafiliasi dengan Israel serta yang mendukung penjajahan dan zionisme . Namun baliho seruan boikot tersebut tidak bertahan lama terpasang di pintu masuk Swalayan Budiman Kota Padang.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang praktek jual beli produk boikot di Swalayan Budiman Kota Padang dan kesesuaiannya dengan etika bisnis Islam. Untuk itu, peneliti mengkaji permasalahan di atas dengan judul **“ANALISIS PENJUALAN PRODUK BOIKOT DI SWALAYAN BUDIMAN KOTA PADANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis paparkan, maka rumusan masalah yang penulis kaji dalam pembahasan ini adalah: Bagaimana praktik penjualan produk boikot di Swalayan Budiman Kota Padang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana praktik penjualan produk boikot di Swalayan Budimana Kota Padang?
2. Apa faktor penyebab Swalayan Budiman Kota Padang tetap menjual produk boikot?
3. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik penjualan produk boikot di Swalayan Budiman Kota Padang?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan praktik penjualan produk boikot di Swalayan Budiman Kota Padang.
2. Untuk mendeskripsikan faktor penyebab Swalayan Budiman Kota Padang tetap menjual produk boikot.
3. Untuk menganalisis tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik penjualan produk boikot di Swalayan Budiman Kota Padang.

1.5 Signifikansi Penelitian

Signifikansi penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan penelitian hal ini dapat dilihat dari:

1. Secara Teoritis

Sebagai bahan untuk menambah wawasan baru dan ilmu pengetahuan yang dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi jurusan Hukum Ekonomi Syariah yang berkaitan langsung dengan aspek kehidupan masyarakat dan juga dapat meningkatkan pemahaman terhadap praktek penjualan produk boikot perspektif etika bisnis Islam.

2. Secara Praktis

Dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi praktisi, maupun pembaca serta menjadi referensi tambahan bagi yang berminat dalam permasalahan yang berhubungan dengan praktek penjualan produk boikot perspektif etika bisnis Islam.

1.6 Studi Literatur

Untuk menghindari kesalahpahaman dan supaya tidak terjadi pengulangan penelitian, maka penulis mencantumkan karya ilmiah sebelum penulis:

1. Skripsi yang ditulis oleh Ricky Rian Refendy BP: 1721030371 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung “Analisis Hukum Islam Terhadap Pemboikotan Produk Asing di Indonesia”. Skripsi ini membahas tentang pemboikotan produk asing di Indonesia. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, terdapat hal yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut: (1) Bagaimana pemboikotan produk asing di Indonesia? (2) Bagaimanan pemboikotan produk asing di Indonesia dalam perspektif hukum Islam. Hasil Penelitian ini adalah bahwa pemboikotan produk asing adalah sebuah upaya kaum muslimin di Indonesia yang difatwakan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia) melalui surat pernyataan No: Kep-1823/DP-MUI/X/2020 untuk melawan kedzaliman yaitu dengan cara memboikot produknya dalam hal ini boikot diperbolehkan atas izin pemerintah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Ricky Rian Refendy adalah dalam penelitian skripsi di atas membahas analisis hukum islam terhadap pemboikotan produk asing di Indonesia. Sedangkan penelitian yang penulis tulis yaitu praktek penjualan produk boikot perspektif etika bisnis Islam.
2. Atriardi BP: 10622003730 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru “Analisis Fatwa Yusuf Al-Qhardawi Tentang Pemboikotan Barang Produksi Israel dan Amerika Menurut Fiqih Muamalah”. Skripsi ini membahas tentang analisa fiqh muamalah terhadap fatwa Yusuf Al-Qardhawi tentang pemboikotan barang produksi israel dan Amerika. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan terdapat pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut: (1) Bagaimana analisa fiqh muamalah terhadap fatwa Yusuf Al- Qhardawi tentang pemboikotan barang produksi israel dan amerika dan dasar hukumnya (2) Bagaimana peran umat Islam menanggapi permasalahan tersebut. Hasil penelitian ini adalah diketahui bahwa hukum aksi memboikot produksi Israel dan Amerika bisa berubah dari sunnah dan wajib jika imam (pemerintahan/presiden) memerintahkan untuk memboikot maka wajib

mentaatinya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Atriardi adalah dalam penelitian skripsi di atas membahas analisa fiqh muamalah terhadap fatwa Yusuf Al-Qhardawi tentang pemboikotan barang produksi Israel dan Amerika dan dasar hukumnya. Sedangkan penelitian yang penulis tulis yaitu membahas praktek penjualan produk boikot perspektif etika bisnis Islam.

3. Badriah BP:CO2205102 Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Boikot yang Dilakukan Organisasi Kemasyarakatan Islam Terhadap Produk-Produk Amerika”. Skripsi ini membahas tentang tinjauan hukum Islam terhadap boikot yang dilakukan organisasi kemasyarakatan Islam terhadap produk-produk amerika. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan terdapat pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut: (1) Alasan-alasan apa dilakukan boikot terhadap produk-produk amerika? (2) Bagaimana tinjauan hukum islam terhadap boikot yang dilakukan organisasi kemasyarakatan Islam terhadap produk-produk Amerika. Hasil penelitian ini adalah dalam prespektif hukum Islam tindakan pemboikotan dapat dikategorikan sebagai hal yang wajib, ataupun hanya sekedar anjuran ulama dan pemimpin saja, sebagaimana kaidah fiqh dalil-dalil Qur’an melandasinya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Badriah adalah dalam penelitian skripsi di atas membahas tinjauan hukum Islam terhadap boikot yang dilakukan organisasi kemasyarakatan Islam terhadap produk-produk Amerika. Sedangkan penelitian yang penulis teliti yaitu membahas praktek penjualan produk boikot perspektif etika bisnis Islam.
4. Obin Faleno BP:2013040090 Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang “Kesadaran Hukum Masyarakat Kota Padang Terhadap Fatwa MUI NO 83 TAHUN 2023 Berkenaan dengan Jual Beli Produk Berafiliasi dengan Israel”. Skripsi ini membahas tentang kesadaran hukum masyarakat Kota Padang terhadap Fatwa MUI No 83 Tahun 2023.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan terdapat pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut: (1) Bagaimana respon masyarakat Kota Padang terhadap Fatwa MUI No 83 Tahun 2023? (2) Bagaimana kesadaran hukum masyarakat Kota Padang terhadap Fatwa MUI No 83 Tahun 2023. Hasil penelitian ini adalah respon masyarakat Kota Padang terhadap Fatwa MUI No 83 Tahun 2023 dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara faktor informasi yang diterima, faktor tingkat Pendidikan, dan pertimbangan terhadap kualitas produk dan kesadaran hukum masyarakat Kota Padang dianalisis dari indikator pengetahuan hukum cukup tinggi, sedangkan dari indikator lainnya seperti indikator pemahaman hukum serta perilaku hukum masih tergolong rendah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Obin Faleno adalah dalam penelitian skripsi di atas membahas kesadaran hukum masyarakat Kota Padang terhadap Fatwa MUI No 83 Tahun 2023 berkenaan dengan jual beli produk berafiliasi dengan Israel. Sedangkan penelitian yang penulis tulis membahas praktek penjualan produk boikot perspektif etika bisnis Islam.

5. Siska Wulandari BP:1913040198 Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Menaikkan Harga Keubutuhan Pokok Pada Saat Permintaan Pasar Tinggi di Pasar Raya Padang”. Skripsi ini membahas tentang tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku menaikkan harga kebutuhan pokok pada saat permintaan pasar tinggi di Pasar Raya Padang. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan terdapat pokok masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: (1) Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi menaikkan harga kebutuhan pokok pada saat permintaan tinggi di Pasar Raya Padang? (2) Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap menaikkan harga pokok pada saat permintaan tinggi di Pasar Raya Padang. Hasil penelitian ini adalah perilaku menaikkan harga pokok pada saat permintaan tinggi dapat melanggar prinsip-prinsip berbisnis dalam Islam seperti keadilan dan

kejujuran serta dapat merugikan konsumen secara tidak adil. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Siska Wulandari adalah dalam penelitian skripsi di atas membahas tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku menaikkan harga kebutuhan pokok pada saat permintaan tinggi di Pasar Raya Padang. Sedangkan penelitian yang penulis tulis membahas praktek penjualan produk boikot perspektif etika bisnis Islam.

6. Alwi Saputra Lubis BP:1713060160 Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Pagi Kota Padang”. Skripsi ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada Pedagang Pasar Pagi Kota Padang. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan terdapat pokok masalah dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut: (1) Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada pedagang pasar pagi Kota Padang. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa dalam penerapan prinsip kepuasan pelanggan pedagang memberikan pelayanan yang baik dan kejelasan informasi terkait harga maka etika bisnis Islam pada pedagang pasar pagi Kota Padang sudah diterapkan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Alwi Saputra Lubis adalah penelitian skripsi di atas membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada Pedagang Pasar Pagi Kota Padang. Sedangkan penelitian yang penulis tulis membahas praktek penjualan produk boikot perspektif etika bisnis Islam.

1.7 Kerangka Teori

Dalam penelitian ini adapun teori yang dipakai adalah konsep jual beli dan etika bisnis Islam:

1.7.1 Jual Beli

Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al-ba'i, al- Tijarah, al- Mabadalah*. Menurut istilah jual beli adalah menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang

satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan (Suhendi 2014, 67).

Menurut Hasby Ash-Shidiqy memberikan definisi jual beli sebagai pertukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan. *Aqad* yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka terjadilah penukaran hak milik secara tetap. (Hasby 2006, 97)

1. *Shighat* adalah *ijab* dan *qabul*, dan *ijab* yang diketahui sebelumnya diambil dari kata *aujaba* yang artinya meletakkan, dari pihak penjual yaitu pemberian hak milik, dan *qabul* yaitu orang yang menerima hak milik. Jika penjual berkata: "*bi'tuka*" (saya jual kepadamu) buku ini dengan ini dan ini, maka ini adalah *ijab*, dan ketika pihak lain berkata: "*qabiltu*" (saya terima), maka inilah *qabul*.
2. *Aqid* menurut Al-Bujairimi dalam Hasyiyah-nya adalah setiap yang mempunyai andil dalam menghasilkan hak milik dengan bayaran harga dan ini mencakup pihak penjual dan pembeli atau yang lainnya. Syarat pihak-pihak yang berakad yaitu bebas berbuat, tidak ada pemaksaan tanpa kebenaran, terjaminnya pembeli jika yang dijual adalah peralatan perang (semua peralatan perang yang dipakai di medan tempur baik darat, laut dan udara bahkan yang kuno sekalipun seperti pedang, baju besi, tombak, panah dan yang lainnya. Semua peralatan ini tidak boleh dijual kepada kafir *harbi* karena antara kita dengan kafir *harbi* tidak ada ikatan perjanjian yang dapat mencegah dia dari memerangi kita, jika bolehkan baginya untuk membeli peralatan ini, maka dia akan menjadikannya sebagai alat memerangi kita.
3. *Ma'qud 'Alaihi* yaitu harta yang akan dipindahkan dari tangan salah seorang yang berakad kepada pihak lain, baik harga atau barang berharga. (Abdul 2012, 28-47)

1.7.2 Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa latin *ethic*, etika berasal dari bahasa Yunani kuno "*ethicos*" yang berarti norma, kaidah, ukuran bagi tingkah laku

yang baik. Dalam makna yang lebih tegas etika secara terminologis yaitu studi sistematis tentang tabiat konsep nilai baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain hal yang sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Jadi maksud dari etika tersebut adalah sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filosofinya dalam berperilaku. (Zubair 1995, 13).

Etika bisnis merupakan aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan tersebut maka sangsi akan diterima. Dimana sangsi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung. (Farmi 2013, 2-3)

Menurut Djohar Arifin, etika bisnis islam merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas (Arifin 2009, 22). Etika bisnis Islam merupakan suatu upaya untuk mengetahui hal-hal benar dan salah, dimana selanjutnya tentu melanjutkan dan melakukan yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Hukum Islam telah menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islam merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur'an, Hadis dan hukum yang telah dibuat oleh ahli fiqih. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam mencakup:

1. Prinsip Ketauhidan (*unity*)

Landasan tauhid atau ilahiyah ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariat-Nya, kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan ilahiyah. (Alma, priansa 2009, 200).

2. Prinsip Keadilan (*Equilibrium*)

Prinsip keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Dalam beraktifitas di dunia kerja dan bisnis, Islam

mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tak disukai.

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Freewill*)

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang”.

4. Prinsip Pertanggung Jawaban

Kebebasan tanpa batasan adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya.

5. Prinsip Kebenaran Kebijakan (*Ihsan*)

Konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan (Jakfar 2008, 33-38).

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan ilmu mengenai jenjang-jenjang yang harus dilalui dalam suatu proses penelitian (Adi 2004, 1). Berikut akan dijelaskan jenis penelitian, sumber, teknik pengumpulan data serta analisis data.

1.8.1 Jenis Penelitian

Penulis menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) karena peneliti terlibat langsung dalam penelitian. Field research adalah melakukan penelitian dilapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung mendatangi responden (Suryabrata 1995, 81).

Pada penelitian ini peneliti melakukan langsung penelitian ke

lapangan yaitu Swalayan Budiman Kota Padang karena Swalayan Budiman Kota Padang merupakan salah satu distributor muslim di Kota Padang, dilihat dari bagaimana peraturan di Swalayan Budiman yang mewajibkan para karyawannya menggunakan pakaian syar'i serta tidak menjual barang yang membawa pada kemudharatan seperti rokok, maka peneliti melakukan wawancara langsung kepada pihak yang bersangkutan seperti manager dan supervisor Swalayan Budiman Kota Padang tentang praktek penjualan produk boikot di Swalayan Budiman Kota Padang.

1.8.2 Sumber Data

Dalam pembahasan ini, penulis mencari dan mengumpulkan data dari:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti tentang permasalahan yang akan dibahas (Sugiono 2018, 137). Data primer dalam penelitian ini adalah manager dan supervisor Swalayan Budiman Kota Padang selaku distributor muslim di Kota Padang.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono 2009, 246). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder berasal dari dokumen, internet, jurnal dan buku-buku tentang *ba'i* dan boikot serta literatur-literatur yang berkaitan.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi merupakan suatu Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis (Gunawan 2016, 143). Maka dengan ini penulis melakukan pengamatan dan mencatat dengan sistematis masalah-masalah yang diselidiki yaitu lapangan serta melakukan pengamatan

langsung ke Swalayan Budiman Kota Padang.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden secara mendalam (Sugiono 2020, 317). Dalam teknik wawancara ini, peneliti mencatat atau merekam semua jawaban dari informan apa adanya. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Maksud dari wawancara terstruktur yaitu peneliti sudah menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu sebelum mewawancarai informan. Peneliti melakukan tanya jawab langsung dengan 11 orang informan yaitu manajer dan supervisor Swalayan Budiman Kota Padang.

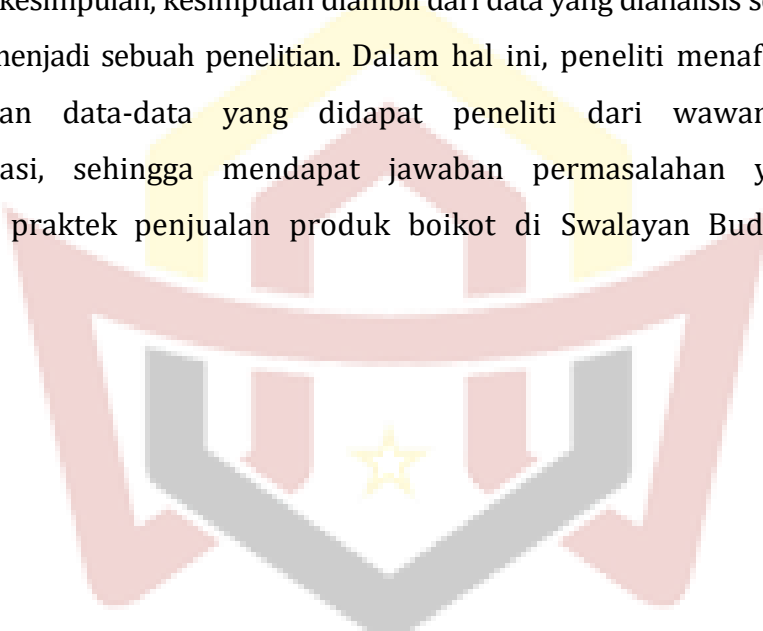
3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono 2018, 476). Teknik dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini dipergunakan untuk melengkapi sekaligus menambah keakuratan, kebenaran data serta dapat dijadikan bahan dalam pengecekan keabsahan data seperti catatan wawancara, jurnal, artikel, situs web dan materi tertulis lainnya yang dapat memberikan informasi tambahan atau kontekstual mengenai praktek penjualan produk boikot di Swalayan Budiman Kota Padang.

1.8.4 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain

(Sugiyono 2020, 131). Dalam interpretasi, data dikumpulkan sesuai dengan pertanyaan penelitian, menganalisis data penelitian ini dilakukan secara bertahap. *Pertama*, yang dilakukan adalah pengumpulan data, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. *Kedua*, mengelola data, mengelola data dilakukan dengan cara direduksi dan disisihkan semua data yang diperoleh. *Ketiga*, mengklarifikasi ke dalam kategori tertentu sesuai pertanyaan penelitian sehingga memberikan gambaran yang berbeda dari titik data tersebut. Terakhir, penarikan kesimpulan, kesimpulan diambil dari data yang dianalisis sebelumnya, sehingga menjadi sebuah penelitian. Dalam hal ini, peneliti menafsirkan dan menjelaskan data-data yang didapat peneliti dari wawancara dan dokumentasi, sehingga mendapat jawaban permasalahan yang rinci mengenai praktek penjualan produk boikot di Swalayan Budiman Kota Padang.



UIN IMAM BONJOL
PADANG