

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.¹ Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya, pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain.² Dalam setiap pasar selalu terdapat beberapa jenis pedagang seperti pedagang borongan yang menjadi pihak yang memodali dan mengorganisir barang-barang dagangan, pedagang besar yang merupakan pedagang besar yang mempunyai warung di pasar serta pengecer kecil ini mencakup pedagang pasar yang berjualan di luar pasar, tepi jalan, maupun mereka yang menempati kios-kios di pinggiran pasar.³

Seperti yang telah dikenal selama ini terdapat pasar tradisional maupun pasar modern. Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, dilaksanakan dengan manajemen tanpa perangkat teknologi modern dan mereka cenderung memiliki pelanggan dari golongan menengah kebawah dan tersebar,

¹ Peraturan Presiden RI.112, *Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern*, 2007. Dalam www.bpkp.go.id , di akses 2 Mei 2018 19:29

² Akhmad Mujahiddin., *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007, hal.143.

³ Djola, *Pengertian Pedagang*, dalam <http://belajarpendidikanpkn.wordpress.com/2017/07/-pengertian-pedagang.html> di unduh pada 24 Juli 2017

baik di kampung-kampung kota-kota kecil dan kota-kota besar dengan masa operasi rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang menggunakan teknologi modern, konsumennya dan pedagang dari golongan menengah ke atas, harga yang ditawarkan tetap dan sistem pelayanannya sendiri.⁴

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Sehingga menyebabkan para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Padahal dalam hal ini etika bisnis berfungsi sebagai pengatur terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang.⁵

Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para

⁴ Rani Mayasari *Analisis Pengaruh Citra Pasar Tradisional Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pasar Projo di Ambarawa)*, (Surakarta: Skripsi tidak di terbitkan), dalam <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/13112/Mjc3MDI=/Analisis-pengaruh-citra-pasar-tradisional-terhadap-loyalitas-konsumen-RANI-MAYASARI.pdf> di akses 21 Februari 2018

⁵ Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 53

pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli. Perilaku kecurangan yang sangat sering kita jumpai di pasar khususnya pasar tradisional yang masih manual dan berlandaskan asas kepercayaan adalah pengurangan takaran timbangan, pengoplosan barang kualitas rendah dengan barang kualitas tinggi, dan transaksi jual beli barang haram. Padahal jelas Firman Allah pada Quran surat al An'am ayat 152 :

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ
وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ
وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.⁶

Meskipun Negara telah membatasi pebisnis, pedagang, pengusaha agar tidak dapat berbuat semaunya untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dalam bentuk Undang Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang

⁶ *Mushaf Aisyah : Alqur'an dan Terjemah untuk Wanita*, (Bandung : Hilal, 2010), hal.110.

Perlindungan Konsumen Republik Indonesia yang menjelaskan bahwa hak konsumen diantaranya hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan atau jasa; hak untuk memilih barang dan atau jasa serta mendapatkan barang dan atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan; hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya; dan sebagainya.⁷

Namun pada kenyataannya dalam praktik di lapangan keuntungan seolah membius para pedagang, laba melenakan penjual dan membuat etika seolah menjadi sebuah wacana dan dongeng yang bukannya harus dipatuhi namun hanya sebagai hiasan dan orasi dari para pemuka agama dan kyai.

Seperti Pasar Senggol Bangoan, salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan dimana banyak pedagang, antara lain ialah pedagang makanan tradisional, pedagang jajanan, pedagang aksesoris, pedagang mainan anak-anak, pedagang kaset VCD, dan pedagang jamu. Tujuannya berdagang sangatlah jelas, yakni meraih laba atau untung yang besar. Namun para pedagang pasar tersebut masih sedikit yang memperdulikan terhadap etika bisnis. Dalam penelitian ini peneliti terfokus pada pedagang makanan dan jajanan Pasar Senggol Bangoan, karena makanan dan jajanan tradisional sering dibutuhkan oleh konsumen dan para

⁷ Lihat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Pasal 4).

pedagang tersebut mayoritas beragama Islam, tetapi meskipun demikian dalam proses jual beli banyak sekali terjadi kecurangan dan praktik yang diharamkan karena manusia memiliki keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Pedagang makanan dan jajanan sering tidak menghiraukan etika didalam berdagang. Para pedagang tersebut selalu bersikap semaunya sendiri dalam mencari suatu laba. Melihat permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti secara mendalam kegiatan atau perilaku yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Senggol Bangoan Kedungwaru Tulungagung berdasarkan perspektif etika bisnis Islam. Maka peneliti mengangkat judul **“Etika Bsinis Pedagang di Pasar Senggol Bangoan Kedungwaru Tulungagung dalam Perspektif Islam”** sebagai bahan penelitian tugas akhir kuliah.

B. Fokus Penelitian

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

- a. Bagaimana praktik etika bisnis di Pasar Senggol?
- b. Apa saja faktor pendukung dan penghambat pedagang dalam menjalankan etika bisnis Islam?
- c. Bagaimanakah cerminan etika bisnis Islam terhadap kesuksesan usaha bisnis jual beli di Pasar Senggol?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mendeskripsikan praktik etika bisnis di Pasar Senggol.

- b. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat pedagang dalam menjalankan etika bisnis Islam
- c. Untuk mendeskripsikan cerminan etika bisnis Islam terhadap kesuksesan usaha bisnis jual beli di Pasar Senggol.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain:

1. Kegunaan Teoritis :

- a. Memperkaya khazanah keilmuan dilingkungan IAIN Tulungagung khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, prodi Ekonomi Syariah.
- b. Sebagai bahan pengkajian dalam bidang mengenai tentang Etika Bisnis Pedagang di Pasar Senggol Bangoan Tulungagung dalam Perspektif Ekonomi Islam.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan referensi tentang studi kasus yang bersangkutan dengan mata kuliah dan sebagai arsip kepustakaan perpustakaan IAIN Tulungagung.

b. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan evaluasi para pedagang di Pasar Senggol agar menjadi lebih baik lagi.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dan acuan untuk penelitian selanjutnya serta pengembangan keilmuan sesuai dengan kebutuhan.

E. Definisi Istilah secara Konseptual

1. Etika bisnis : ilmu yang menjelaskan tentang akhlak dalam dunia perdagangan atau usaha.⁸
2. Etika bisnis Islam : ilmu yang menjelaskan tentang akhlak dalam dunia perdagangan atau usaha menurut agama Islam.⁹
3. Pedagang : *n* pekerjaan yg berhubungan dng menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan; jual-beli; niaga;-- **sapi ki** permufakatan politik di antara partai untuk memenuhi keinginan masing-masing; perihal tawar-menawar dl pembentukan kabinet parlementer di antara partai politik; **pe·da·gang** *n* orang yg mencari nafkah dng berdagang;
4. Pasar : ~ tempat orang berjual beli; pekan: *Ibu pergi ke -- untuk berbelanja*; **2 Ek** kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yg ingin menukar barang atau jasa dng uang, dan pembeli yg ingin menukar uang dng barang atau jasa; **3 a Ling** dipakai dl pergaulan sehari-hari (tt bahasa yg kurang baik tata bahasanya, pilihan katanya, dsb): *bahasa --; bahasa Melayu*;¹⁰

⁸ Ebta Setiawan, KBBi Offline, diambil dari <http://pusatbahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/>

⁹ Ahmad Hulaini, *Etika Bisnis Islam Pedagang Sapi Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur*, Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol. 3 No. 2 Desember 2016, hal. 350.

¹⁰ Ebta Setiawan, KBBi Offline, diambil dari <http://pusatbahasa.kemdiknas.go.id/kbbi/>

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan laporan model penelitian kualitatif dapat dibagi menjadi 3 bagian utama, yaitu: bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

Bagian awal terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian utama atau inti yang terdiri dari:

Bab I Pendahuluan terdiri dari: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Hasil Penelitian, Definisi Istilah, dan sistematika Penulisan Skripsi.

Bab II Kajian Pustaka yang berisikan pemaparan atas teori yang di gunakan peneliti sebagai acuan dan dasar pemikiran.

Bab III Metode Penelitian terdiri dari: Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Kehadiran Peneliti, Data dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Pengecekan Keabsahan Temuan, Tahap-Tahap Penelitian.

Bab IV Hasil penelitian terdiri dari: Paparan Data, Temuan Penelitian, Pembahasan Temuan Penelitian.

Bab V Pembahasan berisikan pemaparan dari hasil temuan selama penelitian untuk kemudian di olah menjadi pemecahan permasalahan.

Bab VI Penutup terdiri dari: Kesimpulan, Implikasi Penelitian dan Saran/Rekomendasi.

Bagian akhir terdiri dari: daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, daftar riwayat hidup.