BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam sebagai agama yang mempunyai ajaran dan aturan yang sangat jelas mengatur segala sesuatu berdasarkan nilai-nilai moralitas. Agama Islam diturunkan untuk menjawab persoalan manusia secara keseluruhan yang dalam fungsinya manusia sebagai *Khalifah atullah fil ardh* untuk mewujudkan misi Allah SWT di muka bumi.[1] Islam juga senantiasa mengajarkan akan pentingnya nilai-nilai spiritual tanpa meninggalkan nilai-nilai material dalam kehidupan umatnya dan menjadikan keduanya sebagai satu kesatuan dalam meraih tujuan kehabahagiaan di dunia dan di akhirat.

Dalam Islam, berbisnis merupakan aktivitas yang sangat dianjurkan. Bila berbicara tentang Rasulullah SAW dalam berbisnis, maka pembahasannya tidak akan jauh dari cara berbisnis dalam Islam. Sebagai salah satu hal yang amat penting dalam kehidupan manusia, berbisnis diberikan tuntunan yang cukup banyak dari Al-Qur'an dan di sisi lain Rasulullah SAW menggambarkan bagaimana cara berbisnis sesuai dengan syariah Islam. Terlebih lagi Rasulullah SAW pada masa mudanya merupakan pelaku bisnis yang sukses.

Bisnis Islam dikendalikan oleh aturan syariah, sementara bisnis non Islam dilandaskan pada nilai-nilai material. Perbedaan antara keduanya adalah di dalam bisnis Islam dikendalikan oleh aturan halal dan haram, baik secara

[1] Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm.4

memperolehnya maupun pemanfaatannya. Sementara bisnis non Islam tidak demikian yang terpenting tujuan bisnis mereka tercapai. Dengan begitu dapat dilihat bahwa bisnis secara Islam lebih baik dibandingkan dengan bisnis non Islam.

Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan termasuk di dalamnya melakukan kegiatan berbisnis atau muamalah. Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara komprehensif termasuk dalam wacana bisnis.[2]

Bisnis yang setiap hari terjadi dengan bermacam-macam bentuknya dengan salah satu kegiatan bisnis yang dilakukan dalam setiap harinya adalah kegiatan jual beli antara pedagang dan pembeli yang merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana hidup sehari-hari. Ini berarti norma atau nilai yang dianggap baik dan berlaku dalam kehidupan pada umumnya mau tidak mau juga ikut dibawa serta dalam kegitan dan kehidupan berbisnis oleh seorang pelaku bisnis sebagai manusia, oleh karena itu etika sangat diperlukan dalam kegiatan bisnis.

Ekonomi Islam mengarahkan bisnis dan dunia usaha penuh dengan nilai-nilai ekonomi yang menggunakan etika. Penerapan etika dalam bisnis akan membuat masing-masing pihak merasa aman dan tenang, karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Kegiatan berbisnis dalam agama Islam, bukanlah kegiatan yang boleh dilakukan dengan sesuka hati. Islam meberikan

---

[2]Havis Aravik, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, (Depok: Kencana, 2017), hlm. 137

rambu-rambu pedoman dalam melakukan usaha, dikarenakan banyaknya manusia yang tergelincir dalam perkara bisnis dan di dalamnya terdapat ancaman keras bagi pelaku bisnis yang tidak memperdulikan etika.

Etika bisnis Islam merupakan sebuah ahlak, sehingga dalam melakasanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, karena diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.[3] Etika Islam memiliki konsep, konsep etika bisnis Islam hadir sebagai wujud antisipasi terhadap banyaknya penyimpangan dan kecurangan dalam dunia bisnis misalnya penipuan, penggelapan, dan pemerasan yang kemudian menjadi latar belakang munculnya etika bisnis. Maka konsep pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pembisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi.

Lima konsep kunci yang membentuk sistem etika Islam, Syed Nawad Naqvi menyebutkan berbagai aksioma-aksioma etika dalam bisnis yang meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab.[4] Ditambah oleh Rafik Issa Beekun, yaitu kebajikan.[5] Konsep etika bisnis di atas dapat diimplemetasikan oleh pelaku bisnis seperti tauhid, yaitu dengan shalat tepat waktu, doa, dan sedekah. Keseimbangan yaitu dengan menyempurnakan takaran timbangan dan mendahulukan pembeli yang datang terlebih dahulu. Kehendak bebas dengan memberikan kebebasan pembeli dan memberikan harga sesuai harga pasar.

---

[3]Erly Juliyani, *Etika Bisnis Dlam Perspektif Islam*, (Jurnal Ummul Qura, Vol. VII, No. 1, Maret 2016), hlm.65

[4] Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Mengungkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 22

[5] R Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), hlm.165

Tanggung jawab dengan memberikan barang yang berkualitas dan memenuhi janji pedagang kepada pembeli jika memiliki janji. Kebajikan dengan menunjukkan sikap yang ramah dan murah hati kepada pembeli

Sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh semua manusia (pelaku bisnis) dari Nabi Muhammad SAW setidaknya ada empat, yaitu[6]: pertama *Sidiq*, berarti jujur dan benar prinsip ini harus melandasi seluruh perilaku ekonomi manusia, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Kedua *Amanah*, berarti dapat dipercaya, profesional, dan bertanggung jawab. Sifat amanah merupakan karakter utama seorang pelaku ekonomi syariah dan semua umat manusia. Ketiga *Tabliq*, berarti para pelaku ekonomi syariah harus memiliki kemampuan komunikasi yang handal dalam memasarkan ekonomi syariah. Keempat *Fathonah*, berarti kecerdasan dan intelektual. Fathonah mengharuskan kegiatan konomi dan bisnis didasarkan dengan jujur, benar, kredibel dan bertanggung jawab dalam berekonomi dan berbisnis.

Masyarakat sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi jual beli, mereka memerlukan kejujuran dalam memberikan informasi supaya terhindar dari penipuan dan kecurangan. Pelaku bisnis yang perlu diperhatikan dalam melakukan transaksi yaitu para pedagang atau penjual yang melakukan hal-hal yang menyimpang dari ajaran atau berbuat hal yang tidak etis.

Pedagang yang baik adalah seperti Rasulullah SAW karena Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Pada dasarnya bahwa etika

---

[6] Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisal Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm.90

berbisnis dalam Islam memiliki nilai-nilai Islam yang harus diimplementasikan pada saat ini. Melihat saat ini dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan bahkan pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan kegiatan bisnis.

Salah satu sarana tempat perdagangan adalah pasar. Penjual atau yang sering disebut pedagang merupakan orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.[7] Dalam lingkungan pasar kondisi di dalamnya dapat berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman sendiri. Sesuai dengan Firman Allah dalam surat. Al-Furqan ayat 20:

وَما أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا ﴿٢٠﴾

Artinya:

“Dan Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh memakan makanan dan berjalan di pasar-pasar dan Kami jadikan sebagian kamu cobaan bagi sebagian yang lain. Maukah kamu bersabar?; dan adalah Tuhanmu Maha Melihat” (Q.S Al-Furqan: 20).[8]

Islam tidak memberikan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara. Dalam ajaran Islam mengajarkan bahwa barang atau jasa tidak semuanya dapat dikonsumsi dan diproduksi oleh pelaku bisnis. Seseorang muslim hanya diperkenakan mengkonsumsi dan memproduksi barang yang baik dan halal.[9] Selain itu Islam

---

[7] Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2014), hlm.231

[8]Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahan*. (Jakarta: CV. Toha Putra, 1989), hlm..361

[9] Veithzal Rivai., dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, . . . hlm. 29

meberikan batasan antara yang benar dan yang salah. Batasan atau garis pemisah inilah yang lebih dikenal dengan istilah etika.

Tetapi pada prakteknya masih banyak pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan seperti pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, kurangnya memperhatikan kualitas barang, dan lain sebagainya. Hal seperti itu dilakukan karena ingin mendapatkan keuntungan yang lebih. Pasar merupakan salah satu tempat yang rawan terjadinya penyimpangan yang dilakukan oleh pedagang. Masalah penyimpangan yang sering ditemukan di pasar rakyat antara lain pemberian takaran dari timbangan. Padahal di dalam Al-Qur'an sudah jelas mengenai timbangan, sebagaimana firman Allah SWT dalm surat Al-Mutaffifiin ayat 1:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾

Artinya:

"Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)".(Q.S Al-Mutaffifin:1)[10]

Hal ini tentu tidak sesuai dengan penerapan dari etika bisnis Islam. Kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman, karena pembeli seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang sewajarnya. Para pembeli juga berhak diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang yang dijual. Kelengkapan informasi merupakan hal yang sangat diperlukan oleh seorang pembeli.

---

[10]Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*. (Jakarta: CV. Toha Putra, 1989), hlm.

Salah satu pasar rakyat yang ada di Tulungagung yaitu pasar Rakyat Kauman. Di pasar ini terdapat keseluruhan 473 pedagang yang menjual barang dagangannya diantaranya pedagang sembako, pedagang daging, pedagang sayur pedagang pakaian, pedagang buah, pedagang emas dan pedagang kebutuhan sehari-hari.[11] Karena di pasar ini cukup lengkap menjual berbagai macam kebutuhan yang diperlukan masyarakat sehari-hari, maka pasar merupakan tempat yang sangat rawan terjadinya penyimpangan etika bisnis Islam pada pedagang.

Penelitian ini dirasa perlu karena lokasi yang akan diteliti merupakan pasar yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat sehari-hari terutama kebutuhan pangan yaitu sayuran. Karena tingkat persaingan yang tinggi terkadang masih banyak pedagang yang ingin mengambil lebih banyak keuntungan dengan melakukan hal-hal yang kurang sesuai dengan ajaran Islam. Terlebih para pedagang yang berjualan di pasar Rakyat Kauman kebanyakan memeluk agama Islam, ini bisa dilihat dari para pedagang wanita yang menggunakan jilbab saat berdagang di pasar.

Alasan penelitian ini dilakukan di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung, karena penulis melihat adanya sikap pedagang yang kurang sesuai dengan apa yang telah ditetapkan dalam etika bisnis Islam. Penulis berfokus pada pedagang sayur karena pedagang sayur adalah pedagang yang menjual kebutuhan pokok dan kebanyakan orang pergi ke pasar untuk membeli sayur mayur untuk bahan makanan sehari-hari. Menurut pengamatan sementara saat membeli sayur, ada pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah ditandai dengan raut

[11] Kantor Pasar Rakyat Kauman

wajah yang kurang mengenakkan. Selain itu adanya ketidak sempurnaan takaran timbangan yang dilakukan oleh pedagang.

Dari permasalahan yang dipaparkan di atas penulis tertarik untuk menganalisis bagaimana pemahaman etika bisnis Islam pada pedagang Pasar Rakyat Kauman. Lalu bagaimana implementasi konsep etika bisnis Islam pada pedagang sehingga membentuk sebuah transaksi yang sesuai dengan nilai-nilai seperti tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan. Berdasarkan latar belakang di atas maka untuk mengkaji lebih jauh dengan melakukan suatu penelitian ilmiah, dengan mengambil judul "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Rakyat Kauman Tulungagung" sebagai bahan penelitian tugas akhir kuliah.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemahaman mengenai etika bisnis Islam pada pedagang sayur di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung?
2. Bagaimana implementasi konsep etika bisnis Islam pada pedagang sayur di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pemahaman etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.
2. Untuk mengetahui bagaimana implementasi konsep etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.

D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah, mengingat banyaknya pedagang yang berjualan di pasar Rakyat Kauman Tulungagung dan singkatnya waktu penelitian makan peneliti memberi batasan masalah yang akan diteliti. Permasalahan ini difokuskan hanya kepada pedagang yang berjualan sayur-sayuran dan bumbu dapur yang beragama Islam di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi pedagang

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pedagang dalam meningkatkan kehidupan internal pasar maupun eksternal pada masyarakat.

2. Manfaat bagi peneliti

   Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan tentang implementasi etika bisnis Islam oleh pedagang yang ada di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.

3. Manfaat bagi pihak lain

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah kumpulan koleksi pustaka dan menjadi acuan dalam penelitian-penelitian yang dilakukan selanjutnya oleh kalangan akademisi lainnya.

F. Definisi Istilah

1. Definisi Konseptual

   a. Implementasi

Implementasi secara sederhana dapat diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan. Sebagaimana yang ada di dalam kamus besar bahasa Indonesia, implementasi berarti penerapan.[12] Implementasi dalam penelitian ini berarti sebuah pelaksanaan dari konsep teori atau rencana-rencana yang telah tersusun dan berkaitan dengan etika bisnis Islam dalam pedagang.

b. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai suatu yang baik dan benar.[13] Dalam penelitian ini etika bisnis Islam yang dimaksud adalah implementasi terhadap konsep etika bisnis Islam yang meliputi tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebajikan.

c. Pedagang

Pedagang adalah mereka yang mencari nafkah dengan berdagang sebagai penjual dari barang yang diproduksi para pengusaha.[14]Dalam penelitian ini pedagang yang dimaksud adalah pedagang sayur dan bumbu dapur yang berada di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.

---

[12]Arinda Firdianti, *Implementasi Manajemen Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa*, (Yogyakarta: Gre Publishing, 2018), hlm. 19

[13]Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat*, ... hlm.171

[14] Faisol Mukarrom, *Ekonomi Mineral Indonesia*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hlm. 132

d. Pasar Rakyat Kauman

Pasar Rakyat Kauman adalah tempat bertemunya para pedagang dan pembeli, yang terdapat di Desa Kauman, Kecamatan Kauman, Kabupaten Tulungagung.

2. Definisi Oprasional

Penelitian ini mengarah pada bagaimana etika bisnis Islam diupayakan dan diusahakan agar diterapkan dalam proses perdagangan. Diharapkan penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam atau akhlak dalam berdagang seperti yang sesuai dengan syariat Islam di perhatikan sehingga dapat mencapai tujuan. Bukan hanya mendapatkan keuntungan semata tetapi lebih kepada bagaimana tercipta transaksi yang syariah penuh keberkahan dengan ridha Allah SWT.

G. SISTEMATIKA PENULISAN PENELITIAN

a. Bagian Awal

Terdiri dari halaman, sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftra lampiran, transliterasi dan abstrak.

b. Bagian Isi

Terdiri dari beberapa bab antara lain:

BAB I Pendahuluan

Berisikan gambaran jelas guna memahami dari penelitian sehingga pembaca atau penulis nantinya dapat mudah dan jelas terhadap arah pembahasan. Pada bab pendahuluan ini akan dikemukakakn hal-hal

mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan menenai implementasi etika bisnis Islam.

BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini berisikantentang teori etika bisnis Islam, teori konsep etika bisnis Islam, teori pedagang, teori pasar, dan penelitian terdahulu.

BAB III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini berisikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian

Deskripsi populasi dan sampel pedagang Pasar Rakyat Kauman, dan temuan penelitian.

BAB V Pembahasan

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian Implementasi etika bisnis Islam pada pedagang Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.

BAB VI Penutup

Berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.

c. Bagian Akhir

Terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran.