

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengertian pasar dalam ilmu ekonomi didefinisikan sebagai besarnya permintaan dan penawaran pada suatu jenis barang atau jasa tertentu. Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi ekonomi yaitu membeli atau menjual barang dan jasa atau sumber daya ekonomi atau faktor-faktor lainnya. Pada dasarnya pasar tidak menunjuk pada suatu lokasi atau tempat tertentu karena pasar tidak mempunyai batas-batas geografi. Sehingga pengertian pasar merupakan suatu tempat atau wadah untuk melakukan transaksi jual dan beli barang sehingga timbul adanya penawaran dan permintaan barang.

Fungsi pasar itu sendiri dibagi menjadi beberapa macam yaitu:¹

1. Menetapkan nilai. Pasar akan menetapkan harga suatu barang atau jasa tertentu sesuai dengan permintaan dan penawaran yang terjadi dipasar.
2. Mengorganisasikan Produksi. Pasar akan berperan sebagai organisator untuk mendapatkan metoda produksi yang paling efisien. Pelaku pasar yaitu pengusaha akan mencari metoda yang dapat memaksimalkan rasio antara output produk dengan input sumber daya.

¹<https://ardra.biz/ekonomi/ekonomi-mikro/pengertian-fungsi-jenis-pasar/> (diakses Tanggal 12 Maret 2018 pukul 20.45 WIB)

3. Mendistribusikan Produk. Pasar dapat berperan sebagai distributor produksi kepada seluruh sumber daya. Pasar akan mendistribusikan pembayaran kepada pelaku pasar.

Secara umum, menurut cara transaksinya. Pasar dibedakan menjadi dua yaitu pasar modern dan tradisional. Pasar modern adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang diperjualbelikan dengan layanan sendiri. Sedangkan pasar tradisional adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan dapat menawar secara langsung.² Pasar tradisional Warujayeng adalah salah satu pasar tradisional yang beroperasi di kota Nganjuk. Kepemilikannya berada dalam naungan Pemerintah Daerah dan Pengelolaan Pasar diserahkan pada pengelola pasar.

Pasar tradisional Warujayeng yang mayoritas pedangangnya muslim adalah menjadi fokus penelitian yang tidak bisa dipungkiri adanya pelaksanaan etika dalam berdagang secara Islami. Tetapi juga dilihat dari hal lain seperti sifat daei pelaku bisnis baik si penjual dan pembeli yang terkadang sering terjadinya perselisihan dalam bertransaksi yang kemudian dari masing-masing pihak tidak bertolak belakang dalam ketentuan etika bisnis Islam.

Dengan adanya perkembangan jaman dan adanya tuntutan untuk memenuhi kebutuhan hidup, maka persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan adanya persaingan yang tinggi menimbulkan para pelaku bisnis memanfaatkan segala cara untuk

² <https://liquidred.wordpress.com/2011/04/09/jenis-jenis-pasar/> (diakses Tanggal 12 Maret 2018 pukul 09.40 WIB)

mendapatkan keuntungan dan bahkan mengabaikan etika dalam berdagang. Misalkan saja, banyak dari pedagang yang melakukan penyimpangan-peyimpangan. Dalam hal ini penyimpangan terjadi di pasar tradisional yaitu dengan melakukan pengurangan takaran dalam timbangan, menjual barang dengan harga yang lebih tinggi, dan menjual barang kualitas baik dicampur dengan barang kualitas buruk.³

Pembeli seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka harus diberitahu jika terdapat kecacatan pada suatu barang yang dijual.⁴ Kejujuran dalam meberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran ini juga diajarkan oleh Nabi Muhammad, beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sngat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda: “*Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya.*”(HR. Al Quzwani).⁵

Dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berisikan hak-hak konsumen, disamping kewajiban yang harus dilakukan. Dengan adanya undang-undang tersebut diharapkan kepada pelaku bisnis untuk melakukan peningkatan dan pelayanan sehingga konsumen tidak merasa

³ Ema Mardiyah dan Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, (Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010), hal. 2

⁴ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), hal. 72.

⁵ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hal 39.

dirugikan.⁶ Kelemahan-kelemahan konsumen dalam berhadapan dengan produsen berkisar pada kelemahan merka dalam bidang kebodohan dan ketidaktahuan akan barang dan kebutuhan akan barang (*consumer ignorance*), dan kelemahan konsumen dalam hal tawar-menawar ekonomis, social dan edukasional sehingga meletakkan posisi konsumen pada kondisi *take it or leave it*.⁷

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menajugkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah.⁸ Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai pengatur aktivitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktik kehidupan bermasyarakat sering ditemukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang mendzholimi dan terdzolimi.⁹

Penulis memilih pasar tradisional Warujayeng sebagai objek penelitian dengan alasan karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Menurut pengamatan sementara yang dilakukan penulis pada pasar tradisional Warujayeng ialah perilaku pedagang yang melayani penjual dengan tidak ramah dan murah hati serta penawaran harga yang ditawarkan pembeli tinggi. Untuk itu, pentingnya penelitian ini ialah dapat memberikan penjelasan dan gambaran kepada

⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hal 113.

⁷ Muhammad alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004), hal. 128.

⁸ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hal 5.

⁹ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, cet. 1, (Jakarta: Ekonisia, 2004), hal 29.

pedagang mengenai sikap dan perilaku benar yang dibenarkan Islam menurut etika bisnis Islam dan dapat melayani pembeli dengan perilaku yang baik agar puas terhadap barang yang dibeli. Sehingga dalam hal ini, menggugah peneliti untuk mengkaji adanya judul “ Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Warujayeng Nganjuk Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahannya yaitu:

1. Bagaimanakah perilaku pedagang di pasar tradisional Warujayeng Kabupaten Nganjuk ?
2. Bagaimana faktor-faktor yang membentuk perilaku pedagang di pasar tradisional Warujayeng Kabupaten Nganjuk ?
3. Bagaimanakah perilaku pedagang menurut etika bisnis Islam di pasar tradisional Warujayeng Kabupaten Nganjuk ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Dapat menjelaskan perilaku pedagang di pasar tradisional Warujayeng Nganjuk.
2. Dapat menjelaskan faktor-faktor yang membentuk perilaku pedagang di pasar tradisional Warujayeng Kabupaten Nganjuk.
3. Dapat menjelaskan perilaku pedagang di pasar tradisional Warujayeng Nganjuk menurut etika bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Hal penting dalam sebuah penelitian adalah manfaat atau kegunaan yang dapat dirasakan serta diterapkan setelah terungkapnya hasil sebuah penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan setelah penelitian ini berlangsung.

1. Bagi akademis, dapat menambah sarana informasi dan referensi bagi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah dan sebagai bacaan ilmiah dipergustakaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya.
3. Bagi pedagang, dapat memahami dan menerpakan perilaku berdagang di pasar tradisional Warujayeng Nganjuk menurut etika bisnis Islam.

E. Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, kemudian ditemukan batasan masalah yaitu perilaku pedagang pasar tradisional Warujayeng Kabupaten Nganjuk menurut etika bisnis Islam. Kemudian untuk obyek penelitian itu sendiri ialah pedagang yang berdagang di pasar tradisional Warujayeng Kabupaten Nganjuk. Tempat penelitian dilakukan di pasar tradisional Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah.¹⁰ Dalam hal ini dikatakan dalam etika bisnis Islam.
- b. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.¹¹
- c. Pasar tradisional adalah tempat atau pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swata, Bdan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang meruoakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka.¹²

2. Definisi Operasional

Menjelaskan variabel secara operasional baik secara praktik, secara riil dan secara nyata terhadap objek yang diteliti. Secara operasional dari judul diatas bahwa menganalisis perilaku pedagang di pasar tradisional Warujayeng Nganjuk dalam pandangan etika bisnis Islam.

¹⁰ Rivai, Nuruddin, dan Arfa, *Islamic Business and*,, hal 4.

¹¹ [Http://kkbi.web.id/perilaku](http://kkbi.web.id/perilaku), pada tanggal 08 Oktober 2018, Jam 19.56

¹² Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Islam Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar*, Jurnal Hukum Islam, vol IV No. 2 Desember 2005), hal. 121.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar table, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak. Bagian isi dalam penulisan ini terdiri dari:

Bab Pertama Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan. Dalam bab ini membahas bagaimana peneliti mengambil judul tersebut. Judul tersebut diambil dari masalah-masalah yang ada dilapangan dan teori terdahulu sehingga peneliti mengambil judul “ Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Warujayeng Nganjuk Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Kemudian untuk tempat penelitian tersebut dilakukan dipasar tradisional warujayeng Kabupaten Nganjuk dan subyek yang diteliti ialah perilaku pedagang yang ada di pasar tradisional tersebut dan lokasi penelitian di pasar tradisional Warujayeng Nganjuk.

Bab Kedua Kajian Pustaka terdiri atas teori-teori yang terkait *variable* yang diteliti dan penelitian terdahulu. Bab ini membahas tentang teori-teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu baik dari buku, jurnal maupun skripsi. Dari judul yang peneliti buat, pustaka yang dimuat meliputi etika bisnis Islam, perilaku, pasar, pasar tradisional, komponen pasar tradisional dan penelitian terdahulu.

Bab Ketiga Metode penelitian terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

Pembahasan dalam bab ini mengenai jenis penelitian yang digunakan peneliti. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dan termasuk kategori penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan ialah sumber data secara primer yang langsung terjun ke narasumber yaitu para pedagang pasar tradisional warujayeng Kabupaten Nganjuk. Untuk teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi di lapangan, wawancara kepada narasumber dan kemudian di dokumentasi sebagai bukti yang valid. Selanjutnya, tahap penelitian yang diawali dengan persiapan kemudian pelaksanaan penelitian, analisis data dan pelaporan data.

Bab Keempat Hasil Penelitian, meliputi: paparan data dan temuan penelitian. Membahas mengenai paparan data yang sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah. Paparan data di peroleh dari hasil observasi, wawancara yang dilakukan peneliti di lapangan. Kemudian temuan penelitian disajikan dalam bentuk pola yang muncul dari suatu data yang telah ada.

Bab Kelima Pembahasan, meliputi: analisis hasil temuan melalui teori, penelitian terdahulu dan teori yang ada. Pembahasan dalam bab ini ialah analisis hasil temuan di lapangan yang kemudian dikaitkan dengan teori yang sudah ada.

Bab Keenam Penutup. Berisi tentang kesimpulan dan saran. Bab ini mencerminkan simpulan dari temuan-temuan yang ada dan sesuai dengan rumusan masalah serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Bagian akhir dari penelitian ini meliputi daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.