

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

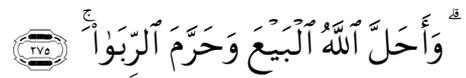
Bisnis dalam dunia perdagangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Setiap manusia memerlukan harta dan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya.

Pasar dalam kaitannya dengan pembangunan ekonomi memang memiliki pengaruh yang besar khususnya dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah yang sangat penting demi kelangsungan pembangunan baik di pusat maupun daerah. Pasar sebagai pusat kegiatan ekonomi yang mendorong dan memperlancar kegiatan bagi masyarakat.

Manusia akan bekerja keras dan berusaha untuk memperoleh harta dan kekayaan yang mereka butuhkan. Salah satu pekerjaan yang dapat membantu manusia untuk mendapatkan harta yaitu melalui perdagangan. Bahkan Rasulullah pernah mengatakan bahwa sebagian rezeki manusia diperoleh dari aktivitas berdagang. Hal ini disabdakan beliau dalam hadits yang diriwayatkan oleh Ibrahim Al-Farabi, “Tis’ah Al Asyari Ar Rizqi Minat Tijjaroh” yang artinya berdaganglah kamu, sebab lebih dari sepuluh bagian kehidupan, Sembilan diantaranya dihasilkan dari berdagang.¹ Artinya melalui jalan berdagang inilah, pintu rezeki akan dibuka, sehingga karunia Allah dapat terpancar dari

¹Jusmaliani, *dkk, Bisnis Berbasis Syari'ah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 45

padanya, jual beli merupakan salah satu yang diperbolehkan, sebagaimana potongan ayat dalam surat Al-Baqarah : 275



Artinya: Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.²

Menurut beberapa ahli ekonomi pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli atau bertemunya antara permintaan dan penawaran dalam membentuk harga.³ Dalam pasar terdapat beberapa penjual dan beberapa pembeli yang memiliki tujuan serta kebutuhan yang berbeda-beda. Seiring perkembangan zaman pasar memiliki beberapa bentuk ada pasar tradisional dan ada pasar modern yang seperti supermarket, kios, mall, dll.

Pasar Tradisional biasanya sistemnya pembelinya membayarnya secara langsung kepada penjualnya. Pada pasar tradisional ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur sayuran, telur, daging, kain, barang elektronik, jasa, dll. Selain itu juga menjual kue tradisional dan makanan nusantara lainnya. Dalam pasar tradisional harga biasanya lebih miring atau terjangkau di banding di pasar modern serta dapat melakukan tawar-menawar, pasar tradisional hanya ramai pada setiap pagi saja. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

²Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: sigma creative media corp, 2012)

³ Murti Sumarmi dan John Suprianto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1995), hal . 234

Sedangkan dalam pasar modern pembayarannya biasanya dengan beberapa cara bisa lewat kartu kredit dan sejenisnya. Barang yang dijual di pasar modern rata-rata yang bertahan lama dan memiliki kuantitas besar dan kualitas yang tinggi maka harga barang pun juga lebih mahal. Pada saat ini kedua jenis pasar tersebut harus bersaing keras dalam dunia perdagangan atau bisnis.

Pasar Jatimalang di desa Kedawung adalah salah satu pasar tradisional yang beroperasi di kecamatan Mojo kabupaten Kediri, yang didirikan pada tahun 1965 sampai sekarang, pasar ini merupakan pasar temurun dari nenek moyang pak muslim dan sekarang beliau lah yang mengurusnya. Pasar Jatimalang terletak di dekat balai desa Kedawung. Kepemilikannya sebagian milik desa. Mayoritas pedagang pasar Jatimalang ini beragama islam atau seorang muslim dan mayoritas pedagangnya berasal dari kabupaten Tulungagung .⁴Hal tersebut tentulah menjadi focus penelitian yang tidak dapat dihindari bahwa terdapat penerapan etika bisnis Islam. Tetapi pasar itu terbentuk dari produsen-produsen kecil dan konsumen-konsumen kecil dalam jumlah tidak tertentu. Keragaman para pedagang dan para konsumen beberapa faktor yang mendasari baik dari intern maupun ekstern menjadikan perilaku para pedagang yang berbeda-beda mulai dari mempromosikan barang, harga diskon, bonus, potongan harga atau menjual barang dengan harga yang lebih murah., seringkali karena adanya perbedaan

⁴ Wawancara dengan pak Muslim sebagai pengurus pasar, pada hari 30 September 2018.

perilaku tersebut menimbulkan perselisihan dan juga pertengkaran, yang akibatnya banyak *notabnya* para pedagang akan bertolak belakang dari tata cara berdagang secara islam dikarenakan sikap ingin mendapatkan keuntungan yang besar dengan cara apapun.

Pada saat ini banyak para penjual demi memperoleh keuntungan yang besar akan melakukan berbagai macam cara entah itu cara halal atau haram. Peneliti melihat secara langsung beberapa pedagang di pasar tradisional desa Kedawung melakukan perdagangan dengan cara tidak jujur seperti menyembuyikan barang yang buruk dibawah barang yang baik dengan memberikan harga yang lebih murah tanpa diketahui oleh pembeli bahwa terdapat barang yang berkualitas buruk, banyak para penjual yang membeli atau memasok dari pedagang lain sebelum sampai di pasar untuk mengetahui harga pasar agar mendapatkan keuntungan yang lebih besar, ada yang menakar tidak sesuai secara umumnya dalam menakar dengan menambahkan suatu benda pada timbangannya, sistem permainan harga pasar tradisional desa Kedawung bergerak secara alami yaitu sesuai dengan permintaan dan penawaran barang.

Berkaitan dengan perilaku tersebut, dalam bisnis bukan hanya mencari keuntungan saja, tetapi juga mencari keberkahan. Berbisnis tidak diperkenankan melanggar syariat, baik dalam strategi, proses maupun praktek dan seterusnya. Islam memiliki perangkat, yaitu norma agama dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam usaha dan bisnis. Kecenderungan bisnis saat ini tidak memperhatikan masalah etika bisnis

baik secara sosial maupun Islam. Akibatnya, sesama pelaku bisnis sering berbenturan kepentingannya, mereka akan saling menjatuhkan satu sama lain untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

Dalam jual beli atau perniagaan, Allah juga telah mengatur etika yang harus diperhatikan dalam berdagang, dimana apabila telah datang waktunya untuk beribadah, aktivitas jual beli perlu ditinggalkan dan segera melaksanakan ibadah yang diperintahkan Allah sebagaimana FirmanNYA :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِذَا نُودِيَ لِلصَّلٰوةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا اِلَىٰ ذِكْرِ اللّٰهِ وَذَرُوْا الْبَيْعَ ۗ ذٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ اِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ ﴿٩﴾

Artinya :” Wahai orang-orang yang beriman. Apabila diserukan azan(bang) untuk mengerjakan sembahyang pada hari Jumaat, makasegeralah kamu pergi (ke masjid) untuk mengingati Allah (denganmengerjakan sembahyang jumaat) dan tinggalkanlah berjual-beli (pada saat itu); yang demikian adalah baik bagi kamu, jika kamu mengetahui hakikat yang sebenarnya”(QS-AL Jumu’ah: 9).⁵

Pembeli atau konsumen sangat menginginkan adanya kenyamanan serta keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan khususnya di pasar tradisional yang dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan. Kejujuran dalam perdagangan tetap dapat diwujudkan dengan cara para pedagang mengatakan secara jujur bahwa barang yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang kualitas buruk.

⁵Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*,(Bandung: sigma creative media corp,2012)

Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang. Maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen, beberapa penelitian YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) diantaranya marak mendapati pedagang yang curang atau menipu konsumen, tidak jarang konsumen merasa dirugikan. Data yang dimiliki YLKI tentang jumlah pelapor dari konsumen yang mengalami kerugian pada tahun 2016 ke 2017 mengalami kenaikan yaitu dari 65 laporan menjadi 103 laporan.⁶ Jika dilihat dari data tersebut bahwa banyak para penjual yang berbuat tidak adil atau tidak jujur pada konsumen.

Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan – kekurangan pada suatu barang, kelengkapan suatu informasi, daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya.⁷ Oleh karena itu, informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sesuai dalam firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Syu'ara: 181-183

⁶ Putri Agusti Sholeha, *Laporan Wartawan Bangka Pos*, dalam (<http://Bangka.tribunnews.com/201804/23/tertipu-konsumen-bisa-lapor-ke-ykip>) diakses pada 20 Oktober 2018

⁷ Rafik Isa, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 72

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا
 بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ
 وَلَا تَعْتَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

*Terjemahnya: "Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; 181 dan timbanglah dengan timbangan yang lurus; 182. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; 183."*⁸

Ayat diatas memerintahkan umat manusia terutama kepada pelaku bisnis untuk berlaku jujur dan adil dalam bisnis apapun yang mereka jalankan . 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 maka diharapkan kepada para pelaku bisnis untuk melakukan peningkatan dan pelayanan sehingga konsumen tidak merasa rugi. Yang penting dalam hal ini adalah bagaimana sikap produsen agar memberikan hak – hak konsumen yang pantas diperoleh. Disamping juga agar konsumen juga menyadari apa yang menjadi kewajiban.⁹ Apa yang tertuang dalam undang – undang tersebut secara eksplisit dan substansial sebenarnya sesuai yang diinginkan dalam etika bisnis Islam.

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Al-Jumanatul 'Ali Art, 2004), hal. 374

⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hal. 113

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal – hal yang tidak sesuai dengan *syari'ah*. Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terzalimi.¹⁰ Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli. Di mana Rasulullah saw, datang dengan membawa misi memperbaiki moral dan etika kehidupan manusia. Hal ini tergambar dalam hadist Rasulullah SAW, “*Innama Buitstu Liutammima Shaliha Al-Akhlak*” (sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan kesalehan akhlak).¹¹

Maka dari itu khususnya para pedagang di pasar tradisional Kedawung harus memiliki etika bisnis Islam yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, dan hal tersebut sudah termaktub di dalam Al Qur'an dan Hadis, dengan adanya sikap etika bisnis Islam yang diterapkan oleh para penjual khususnya di pasar Tradisional Kedawung bisa menjadikan

¹⁰ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Ekonisia, 2004), cet. 1, hal. 29

¹¹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hal. 5

transaksi tersebut bernilai secara vertikal (manusia dengan Tuhan) maupun horizontal (manusia dengan manusia) dan akhirnya dapat memperoleh profit (keuntungan) yang sebenarnya. Melihat permasalahan tersebut penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui **“Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Kedawung Mojo Kediri.”**

B. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang dikemukakan dapat diusulkan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pemahaman Etika Bisnis Islam para pedagang pasar tradisional di Kedawung Mojo Kediri ?
2. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam pada perilaku pedagang pasar tradisional di Kedawung Mojo Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan pemahaman Etika Bisnis Islam para pedagang pasar tradisional di Kedawung Mojo Kediri.
2. Untuk mendeskripsikan Implementasi Etika Bisnis Islam pada perilaku pedagang pasar tradisional di Kedawung Mojo Kediri.

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

Peneliti hanya membatasi ruang lingkup penelitian hanya berkaitan pada perilaku para pedagang pasar tradisional di Kedawung Mojo Kediri, lokasi penelitian ini adalah di desa Kedawung yaitu berada di dusun Jatimalang

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan. Adapun manfaat atau kegunaan yang bisa diperoleh :

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis kegunaan dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang terkait dapat membantu menyelesaikan permasalahan mereka di bidang ekonomi dan bisnis terutama dalam Etika Bisnis .

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai etika untuk bisnis secara Islam.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

Bagi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung diharapkan dapat dijadikan bahan referensi penelitian lebih lanjut dalam bidang yang berkaitan dengan etika bisnis islam pedagang pasar dan memberikan referensi untuk bagian perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

c. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan memberikan masukan bagi pedagang dan masyarakat luas pada umumnya saat berdagang atau bersaing dalam dunia bisnis.

d. Bagi Pengelola pasar

Bahan masukan yang nantinya dapat digunakan terkait masalah yang kemungkinan terjadi, terutama tentang bagaimana perencanaan pasar yang baik .

F. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Perilaku

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.¹²

b. Pedagang

Pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjalan, usaha kerajinan, atau usaha pertukaran kecil, pedagang juga bisa di artikan orang yang dengan moral relatif bervariasi yang berusaha di bidang produksi dan penjualan barang atau jasa – jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok masyarakat.¹³

c. Perilaku Pedagang

¹² Zakiyah dan Bintang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)*, Jurnal Sociologie, Vol. 1, hal. 331

¹³ Ifani Damayanti, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tinggi Rendahnya Pendapatan Pedagang Kak Lima*, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelah Maret Surakarta, 2011).

Respon atau tanggapan yang berupa tindakan secara langsung atau tidak langsung oleh pedagang atau penjual terhadap segala peristiwa di lingkungannya.

d. Pasar Tradisional

Pasar Tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli secara fisik untuk melakukan aktivitas tawar-menawar, kemudian setelah terjadi kesepakatan baru diikuti dengan transaksi dimana sejumlah uang diserahkan oleh pembeli sebagai pengganti barang yang diterimanya dari penjual.¹⁴

e. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung atau tidak langsung dalam bentuk eceran dan atau grosir dalam waktu tetap dengan tingkat pelayanan yang lebih luas, dengan sistem pengelolaan dan transaksinya dikelola dengan menggunakan manajemen modern, dengan sistem transaksi swalayan dalam gedung yang relative megah.¹⁵

f. Etika Bisnis Islam

Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadits

¹⁴Jusmaliani, *dkk, Bisnis Berbasis Syari'ah*, (Jakarta: Bumi Aksara,2008), hal.181

¹⁵Sri Sumiyati dan Kusna, *Pedagang Pasar Tradisional dalam Persaingan dengan Pasar Modern di Kota Tangerang Selatan,Banten* (Laporan PenelitianStrategi).

yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.¹⁶

2. Penegasan Operasional

Secara operasional adalah penelitian dengan meninjau dan mengamati terhadap perilaku pedagang dalam pelaksanaan jual beli yang dilakukan di pasar tradisional di desa Kedawung. Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal – hal yang tidak sesuai dengan *syari'ah*.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam sistematika penulisan skripsi ini disusun dengan enam bab, masing-masing bab terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Menjelaskan tentang beberapa pokok yang terkait dengan tinjauan teoritis mengenai pedagang serta perilakunya, pasar dan Etika Bisnis Islam

BAB III : METODE PENELITIAN

¹⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hal. 84.

Bab ini terdiri dari: (1) Jenis dan Pendekatan Penelitian, (2) lokasi penelitian, (3) Populasi dan Sampel, (4) Kehadiran peneliti, (5) Data dan sumber data, (6) Teknik pengumpulan data, (7) Teknik analisis data, (8) Pengecekan keabsahan penemuan, (9) Tahap-tahap penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Merupakan materi-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik permasalahan tersebut.

BAB V : PEMBAHASAN

BAB VI : PENUTUP

Bab ini terdiri dari (a) daftar rujukan, (b) lampiran-lampiran, (c) surat pernyataan keaslian tulisan, (d) daftar riwayat hidup