

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Etika pada dasarnya adalah standar atau moral yang menyangkut benar-salah atau baik-buruk.<sup>1</sup> Etika harus diterapkan dalam segala hal tak terkecuali dalam bisnis. Etika bisnis adalah persoalan urgen dalam suatu bisnis yang dapat mencerminkan perilaku seseorang. Atau dengan kata lain, perilaku berrealisasi dengan etika. Apabila seseorang melakukan segala sesuatu didasari dengan etika, maka akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya, tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis.<sup>2</sup> Pelaku bisnis yang melakukan aktivitas bisnisnya sesuai etika, dapat diprediksi akan selalu bersikap jujur dengan tanpa melakukan kecurangan-kecurangan dan selalu melihat kepentingan orang lain.<sup>3</sup>

Dalam dunia bisnis mau tidak mau akan muncul masalah-masalah etis dan masalah-masalah tersebut tentu saja harus dicarikan jalan keluarnya. Banyak pelaku bisnis yang menyangkal terhadap perlunya etika bisnis karena mereka menganggap bahwa melakukan bisnis untuk kepentingan pribadinya.<sup>4</sup> Maraknya penipuan dan kecurangan merupakan salah satu contoh bahwa etika bisnis masih sulit ditempatkan ke dalam dunia bisnis sehari-hari. Hal ini

---

<sup>1</sup>Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2002), hal. 37

<sup>2</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hal. 21

<sup>3</sup> Ibid.,

<sup>4</sup> Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 6.

semakin meyakini bahwa betapa pentingnya peran etika bisnis dalam mengantisipasi penyimpangan yang banyak merugikan masyarakat.<sup>5</sup>

Menurut Qardhawi, antara ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah sama sekali. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islami, sebagaimana tidak pernah terpisah antara agama dan negara serta antara materi dan ruhani.<sup>6</sup> Seorang pelaku bisnis dalam pandangan etika Islam harus menyelaraskan antara kepentingan dunia dan akhirat. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materiil, tetapi juga mengutamakan kepentingan immaterial (spiritual).<sup>7</sup>

Sebagai agama *rahmat lil 'alamin* yang bersumber pokok dari ajaran wahyu, etika merupakan urat nadi dalam segala aspek kehidupan seorang muslim. Seorang pelaku bisnis, terutama sebagai muslim, harus selalu memperhatikan masalah-masalah etis. Profesionalitas dalam bisnis dituntut juga adanya kompetensi yang memadai dalam memecahkan tantangan etika bisnis yang sekarang mulai diabaikan. Islam mengajarkan ketinggian nilai etik tidak hanya secara teoritis tetapi juga bersifat aplikatif.

Tuntutan bekerja merupakan sebuah keniscayaan bagi setiap Muslim agar kebutuhan hidupnya sehari-hari bisa terpenuhi. Salah satu pekerjaan yang dapat membantu manusia untuk mendapatkan harta yaitu melalui perdagangan sebagaimana telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW.. Bahkan, Rasulullah

---

<sup>5</sup>Muhammad Djakfar, *Etika...*, hal. 22.

<sup>6</sup> Ibid., hal. 21.

<sup>7</sup> Ibid.,

telah menyatakan bahwa sebagian besar rezeki manusia diperoleh dari aktivitas perdagangan. Hal ini disabdakan beiau 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.<sup>8</sup> Melalui berdagang pintu rezeki akan dibuka, sehingga karunia Allah SWT terpancar daripadanya. Berdagang sendiri mempunyai arti suatu kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan menjual dan membeli untuk mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>9</sup>

Konsep dagang yang diajarkan Rasulullah ialah apa yang disebut *value driven*, artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai pelanggan. *Value driven* juga erat hubungannya dengan apa yang disebut *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan antara pedagang, produsen, dan para pelanggan.<sup>10</sup> Kejujuran menjadi kunci utama dalam berdagang yang dilakukan Rasulullah. Hal ini dijadikan *image* bagi orang yang belum mengenalnya, sehingga semua orang yang berhubungan dengan beliau akan selalu percaya dengan kejujuran Rasulullah dan tercipta rasa senang, puas dan yakin.

Kegiatan dagang yang dilakukan Rasulullah juga menggambarkan bahwa berdagang bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, tetapi konsep

---

<sup>8</sup> Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 45.

<sup>9</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hal. 179.

<sup>10</sup> Mustofa, “Enterpreneurship Syariah: (Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah)”, *Jurnal Al-Mizan*, Vol. 9, No. 1, Juni 2013, hal. 9.

etika bisnis harus diterapkan. Dalam Islam nilai-nilai material dan spiritual telah dikombinasikan dalam kesatuan yang seimbang dengan tujuan untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat. Namun, saat ini tertanam dalam *mindset* masyarakat bahwa tujuan utama berdagang memperoleh keuntungan sebesar besarnya membuat nilai-nilai spiritual mulai hilang.

Selain etika bisnis yang harus diterapkan, dalam berdagang harus menerapkan etika Islam.<sup>11</sup> Dalam etika Islam sendiri didalamnya terdapat konsep halal-haram yang harus diperhatikan karena berdagang merupakan salah satu cara untuk memperoleh rezeki dari Allah. Berdagang sesuai dengan etika Islam diharapkan untuk mendapatkan kesejahteraan dan keberkahan dalam berdagangnya. Agama Islam menentang seseorang yang bekerja dengan sesuka hati untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan menghalalkan berbagai cara seperti melakukan kecurangan, penipuan, menyuap, sumpah palsu, dan perbuatan batil lainnya. Hal ini Allah tegaskan dalam Surat Al-Mutaffifin: 1-6 :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ إِذَا كَتَالُوعَلِ النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذْ كَالُوهُمْ أَوْزَنُوهُمْ  
يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَئِكَ أَنَّهُمْ مَبْحُوثُونَ ﴿٤﴾ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥﴾ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ  
الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (1) (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi (2) dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi (3) Tidaklah orang-orang itu menyangka bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan (4) pada suatu hari yang besar (5)

<sup>11</sup>Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), hal. 41.

(yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap tuhan semesta alam?(6)”  
(Surat Al-Mutaffifin: 1-6).<sup>12</sup>

Ayat ini dijadikan pedoman dalam aktivitas bisnis untuk selalu berdagang dengan jujur dan adil. Dengan tidak melakukan kecurangan-kecurangan maka akan menguntungkan antara satu pihak dengan pihak lainnya dan merugikan diri sendiri maupun orang lain.

Pembeli atau konsumen selalu menginginkan adanya keseimbangan dalam menjalankan transaksi guna memperoleh ketentraman. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu apabila terdapat cacat atau 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.<sup>13</sup> Oleh karena itu, kejujuran pedagang sangat dibutuhkan oleh konsumen.

Perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berisikan hak-hak konsumen, di samping kewajiban yang harus dilakukan. Dengan adanya Undang-Undang tersebut diharapkan kepada para pelaku bisnis untuk tidak melakukan kecurangan-kecurangan yang merugikan konsumen. Apa yang tertuang dalam Undang-Undang tersebut secara eksplisit dan substansial sebenarnya sesuai yang diinginkan dalam etika bisnis Islam.

---

<sup>12</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Surat Mutaffifin: 1-6

<sup>13</sup> Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 72.

Oleh karena itu, prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam multlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi diantaranya seorang pedagang.

Pasar merupakan salah satu tempat yang terdapat aktivitas bisnis didalamnya. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli atau bertemunya antara permintaan dan penawaran.<sup>14</sup> Keberadaan pasar sangat penting karena menjadi barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat. Seiring dengan perkembangan zaman, pasar kini menjadi beberapa jenis ada pasar tradisional dan pasar modern seperti supermarket, plaza, mall, dll.<sup>15</sup>

Pasar tradisional terdiri dari kios-kios dan gerai yang terbuka, antara penjual dan pembeli bertemu langsung untuk melakukan transaksi. Kebanyakan barang yang dijual di pasar tradisional adalah keperluan dapur dan rumah tangga seperti sembako, sayur, bumbu dapur, bahan makanan, dan lain-lain. Pada pasar tradisional ini biasanya harga lebih terjangkau dibandingkan dengan pasar modern serta dapat melakukan tawar-menawar untuk membentuk suatu harga yang disepakati bersama.

Sedangkan dalam pasar modern, biasanya harga sudah ditetapkan oleh penjual dan tidak bisa melakukan tawar-menawar. Pembayaran di pasar modern bisa dilakukan dengan beberapa cara seperti membayar tunai, kartu kredit dan sejenisnya. Barang yang dijual di pasar modern rata-rata barang yang dapat

---

<sup>14</sup> Murti Sumarmi dan John Suprianto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1995), hlm. 234.

<sup>15</sup> Peraturan Presiden RI. No 112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, 2007. [www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id)

bertahan lama serta memiliki kualitas tinggi sehingga harganya pun mahal. Saat ini kedua pasar tersebut harus bersaing keras dalam dunia perdagangan.

Pasar Warujayeng Nganjuk merupakan salah satu pasar yang beroperasi di Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk dengan waktu operasional setiap hari. Mayoritas pedagang di pasar Warujayeng berasal dari lokal yaitu masyarakat kabupaten Nganjuk sendiri. Mayoritas pedagang pasar Warujayeng ini beragama Islam atau seorang muslim. Oleh karena itulah menjadi fokus penelitian yang tidak dapat dihindari bahwa terdapat etika bisnis Islam.

Pasar warujayeng terbentuk dari pedagang-pedagang kecil dan konsumen-konsumen kecil dalam jumlah yang tidak tertentu. Latar belakang yang berbeda dapat menjadi suatu faktor yang menyebabkan perilaku dagang yang berbeda. Contohnya, pedagang dengan pemahaman agama yang kuat dengan pedagang yang pemahaman agamanya kurang biasanya mempunyai perilaku yang berbeda dalam berdagang. Keberagaman para pedagang dari segi intern maupun ekstern inilah yang menjadikan perilaku pedagang yang berbeda-beda mulai dari mempromosikan barang, bonus, harga diskon atau menjual dengan harga yang lebih murah. Perbedaan perilaku tersebut menimbulkan perselisihan, yang akibatnya banyak *notabennya* para pedagang akan bertolak belakang dari tata cara berdagang atau etika bisnis secara Islam karena sikap ingin mendapatkan keuntungan besar dengan cara apapun.

Cara berdagang yang dilakukan Rasulullah dengan menjunjung tinggi kejujuran dan kepercayaan serta teori tentang etika bisnis Islam banyak yang diabaikan oleh pedagang zaman sekarang. Penulis melihat secara langsung

beberapa pedagang di pasar Warujayeng Nganjuk yang melakukan perdagangan dengan cara tidak jujur seperti menyembunyikan cacat barang dengan menyembunyikan barang yang buruk diantara barang yang baik, ada yang menjual barang stok lama dengan harga barang baru yang lebih tinggi tanpa memberitahu kepada konsumen bahwa barang tersebut stok lama. Sistem pembentukan harga di pasar Warujayeng bergerak secara alami yaitu sesuai dengan permintaan dan penawaran.

Kondisi persaingan yang tinggi serta beberapa faktor perilaku pedagang pasar Warujayeng Nganjuk seperti kualitas produk, harga, pelayanan dan promosi kemungkinan yang menjadikan beberapa pedagang melanggar etika bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Maka dari itu, khususnya pedagang di Pasar Tradisional Warujayeng harus menerapkan etika bisnis Islam untuk memperoleh keuntungan dan keberkahan dunia akhirat. Melihat permasalahan tersebut penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui **“Implementasi Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang Pasar Warujayeng Nganjuk”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang dikemukakan dapat diusulkan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman etika bisnis Islam para pedagang pasar Warujayeng Nganjuk?
2. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang Pasar Warujayeng Nganjuk?



3. Apa saja hambatan yang di hadapi para pedagang Pasar Warujayeng Nganjuk dalam pengimplentasian etika bisnis Islam?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan pemahaman etika bisnis Islam para pedagang Pasar Warujayeng Nganjuk.
2. Untuk mendeskripsikan implementasi etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang Pasar Warujayeng Nganjuk.
3. Untuk meneliti hambatan yang dihadapi oleh para Pedagang Pasar Warujayeng Nganjuk dalam mengimplementasikan etika Bisnis Islam.

### **D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah**

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian hanya berkaitan pada perilaku para pedagang pasar Warujayeng Nganjuk, lokasi penelitian ini adalah di Desa Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk.

### **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 penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang terkait dan membantu menyelesaikan permasalahan mereka di bidang ekonomi dan bisnis terutama dalam permasalahan Etika Bisnis.

2. Kegunaan praktis

a. Kegunaan bagi akademisi

- 1) Menambah wawasan keilmuan tentang ekonomi Islam terutama berkaitan dengan etika bisnis Islam bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.
- 2) Sebagai apresiasi dan penerapan terhadap teori yang pernah penulis pelajari selama menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- 3) Dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi penelitian yang berhubungan dengan ekonom Islam khususnya mengenai etika bisnis Islam.

b. Kegunaan bagi masyarakat

- 1) Memberi dan menambah wawasan para pedagang tentang ekonomi Islam.
- 2) Diharapkan setelah adanya pengetahuan tersebut kepada para pedagang di Pasar Warujayeng Nganjuk, akan melakukan kegiatan berdagangnya sesuai dengan nilai-nilai syariah Islam.
- 3) Akan terciptanya perilaku dagang dengan mengimplementasikan etika bisnis Islam sehingga diperoleh keberkahan dan kebahagiaan dunia akhirat.

## **F. Penegasan Istilah**

## 1. Definisi Konseptual

### a. Implementasi

Implementasi mengacu pada tindakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan. Tindakan ini berusaha untuk mengubah keputusan-keputusan tersebut menjadi pola-pola operasional serta berusaha mencapai perubahan-perubahan besar atau kecil sebagaimana yang telah diputuskn sebelumnya.

### b. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasis Al-Quran dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun yang terlibat dalam aktivitas bisnis.<sup>16</sup>

### c. Perilaku Pedagang

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

### d. Pedagang Pasar

Pedagang pasar adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual-belikan barang untuk mendapatkan keuntungan yang berada di kawasan pasar.

## 2. Definisi operasional

---

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

Definisi operasional yaitu penelitian dengan meninjau dan mengamati terhadap perilaku pedagang dalam pelaksanaan aktivitas dagang yang dilakukan di pasar tradisional di Desa Warujayeng. Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong-menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki, iri serta hal-hal yang bertentangan dengan syariah.

### **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, fokus penelitian, tujuan dan manfaat penelitian.

#### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Menjelaskan tentang beberapa pokok yang terkait dengan tinjauan teoritis mengenai etika bisnis Islam, perilaku pedagang, dan pasar tradisional.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari (1) Jenis dan Pendekatan Penelitian, (2) Lokasi Penelitian, (3) Kehadiran Peneliti, (4) Data dan Sumber Data (5) Teknik Pengumpulan Data, (6) Teknik Analisis Data, (7) Pengecekan Keabsahan Temuan, (8) 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 (1) Daftar Pustaka, (2) Lampiran-Lampiran, (3) Surat Pernyataan Keaslian Tulisan, dan (4) Daftar Riwayat Hidup.