

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli adalah pasar. Pasar berpengaruh besar terhadap pembangunan ekonomi khususnya dalam meningkatkan pendapatan daerah yang penting demi kelangsungan pembangunan pusat maupun daerah. Pasar adalah pusat kegiatan ekonomi yang mendorong dan memperlancar kegiatan bagi masyarakat.

Pengertian pasar secara khusus yaitu tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung yang di ikuti dengan adanya tawar menawar antara penjual dan pembeli. Menurut para ahli ekonomi pasar di artikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli yang sedang bertransaksi atas suatu produk atau produk kelompok tertentu semisal pasar perumahan atau pun pasar dalam induk.¹ Pasar merupakan salah satu diantara berbagai sistem, prosedur, institusi, hubungan sosial, dan infrastruktur di mana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja orang yang membutuhkan dengan imbalan berupa uang. Dalam ilmu ekonomi konsep pasar merupakan bahwa setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual guna menukarkan jenis barang, informasi, dan jasa. Syarat terbentuknya pasar adalah adanya penjual, adanya pembeli, tersedianya barang atau jasa yang di perjual belikan, dan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Peran pasar sendiri dapat dilihat dari kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Penjelasan mengenai peran Pasar dalam kegiatan produksi merupakan upaya guna memberikan nilai tambah atau menciptakan jasa dan

¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007, Hal.143.

barang tertentu. Berikut upaya dalam kegiatan produksi sebagai penunjang peran pasar bagi perekonomian. Pasar dalam kegiatan distribusi memiliki peran guna mempermudah kegiatan distribusi. Karena, dalam distribusi yang lancar akan berpengaruh positif bagi perekonomian secara menyeluruh, perekonomian akan terhindar dari problem kenaikan harga, proses distribusi barang dipasar yang lancar tanpa ada kendala dan tentunya akan meminimalisir tingkat inflasi yang terjadi.

Peran pasar dalam kegiatan konsumsi, pasar merupakan tempat penyedia alat pemuas kebutuhan berupa jasa dan barang, sebagai konsumen dapat memenuhi kebutuhan mereka. Dengan adanya pasar akan mempermudah barang konsumsi ditemukan dan berpengaruh bagi pertumbuhan perekonomian berjalan dengan baik. Efek terhadap harga akan lebih stabil, karena barang konsumsi yang sangat mudah ditemukan di pasar.

Pasar diklasifikasikan menjadi dua jenis Pasar yaitu Pasar Tradisional dan pasar modern. Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli, serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dengan si pembeli secara langsung. Bentuk Pasar Tradisional berupa kios, lapak, lesehan. Pada umumnya lokasi Pasar Tradisional biasanya terletak di kawasan perumahan agar mempermudah akses penduduk untuk mengunjungi Pasar. Ada pun beberapa Pasar Tradisional yang bersejarah di Indonesia adalah sebagai berikut: Pasar Klewer Di Solo, Pasar Beringharjo Di Yogyakarta dan Pasar Johar Di Semarang.

Perbedaan antara Pasar Tradisional dengan Pasar Modern terletak pada perilaku penjual dengan pembeli yang bertransaksi tidak secara langsung, melainkan setiap barang telah di beri label harga (*barcode*) dan pembeli dapat mengetahui harga dari barang dari label yang tercantum. Pasar Modern bertempat di dalam sebuah bangunan, dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga. Contoh Pasar Tradisional sendiri adalah Hypermart, Minimarket, dan Pasar Swalayan atau Supermarket. Pasar

Tradisional pada umumnya menjual barang-barang keperluan sehari-hari misalkan saja bahan makanan, minuman, sayuran, buah-buahan, alat-alat dapur, alat-alat tidur dan bahan-bahan pokok lainnya. Akan tetapi ada beberapa kasus terjadi kecurangan dalam transaksi perdagangan di Pasar Tradisional. Berikut ini data kecurangan yang dilakukan di Pasar Tradisional dari berbagai daerah :

Tabel 1.1 Fenomena Kecurang Pedagang di Pasar Tradisional

No	Tahun	Tempat	Bentuk Kecurangan
1	2017	Pasar Surabaya	Mencampur cabai busuk dengan cabai segar. ²
2	2018	Pasar Pettarani Makassar	Kecurangan dalam memanipulasi timbangan, yang seharusnya 1 kg menjadi kurang dari 1 kg. ³
3	2019	Pasar Pharaa Sentani Papua	Kecurangan dalam memanipulasi timbangan sebrat 2-3 ons. ⁴

Ketiga fenomena tersebut dilakukan pedagang untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dalam perdagangan. Perilaku yang dilakukan oleh para pedagang sebenarnya tidak sesuai dengan etika bisnis islam. Pada hakikatnya etika bisnis berfungsi sebagai pengatur terhadap aktifitas ekonomi, Karena secara filosof etika mendasar pada nalar nilai dan agama untuk menilai. Jadi dalam hal ini etika sangat penting bagi para pebisnis karna etika di artikan sebagai suatu perbuatan standar yang memimpin individu. Etika juga di artikan sebagai suatu studi atau pembelajaran mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang.⁵

²Rorry Nurwawati, “Aksi Pedagang Curang Campur Cabai Busuk dan Segar Saat Harganya Melambung Tinggi”, tribunnews.com/amp/2017/01/07/harga-cabai-meningkat-tajam-pedagang-lakukan-kecurangan-seperti-ini-anda-harus-waspada/, Pada tanggal 12-07-2020 pukul 23.35.

³ Cahya Aryanagara, Skripsi:”*Analisis Tingkat Kecurangan Dalam Timbangan Bagi Pedagang Sembako Dalam Tujuan Ekonomi Islam Di Pasar Pettarani Kota Makassar*”(Makassar: Universitas Islam Negeri Alauiddin, 2018)

⁴ Yance Wenda, “Banyak Pedagang Curang di Pasar Pharaa Sentai”, <https://jubi.co.id/banyak-pedagang-curang-di-pasar-pharaa-sentai/>, Pada tanggal 12-07-2020 pukul 23.30.

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

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. 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.⁶

Namun pada dunia praktek keuntungan yang tetap menjadi favorit para pedagang serta mengabaikan adanya etika dalam berbisnis sehingga pada kenyataan etika bisnis hanyalah sebagai wacana atau hanya di jadikan sebagai hiasan yang hanya di anggap sebagai dongeng yang tidak untuk di patuhi dan di jalankan namun hanya di jadikan sebagai hiasan atau orasi para pemuka agama atau para kiyai. dari pernyataan diatas saat peneliti melakukan observasi atau pengamatan langsung di lapangan peneliti banyak menjumpai ketidak jujuran dalam berdagang seperti halnya masalah timbangan, perselisihan harga, kualitas barang sama namun harga tidak sama antara penjual satu dengan penjual yang lain.

Pembeli atau konsumen sangat mendambakan adanya ketentraman dan 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 pedagang mengatakan secara jujur bahwa barang

⁶ Lihat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Pasal 4).

yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang kualitas buruk.

Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang. Pada beberapa kasus yang saat ini sedang marak yaitu kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dengan harga yang wajar. Disinilah peran etika bisnis islam dalam mengatur perilaku pedagang.

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 syariah. Etika 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.

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. Konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syari'ah seperti keadilan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim tetapi juga non muslim.

Seperti halnya Pasar Tradisional yang terdapat di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan dari pasar tersebut memiliki beberapa keunggulan yaitu Pasar Ngadiluwih merupakan pasar yang dijadikan pusat perbelanjaan, beraneka macam yang diperdagangkan namun tetap dalam lokasi yang salam barang yang diperdagangkan masih berbahan dasar lokal, belum terjadi repitalisme karena

di Pasar Ngdiluwih masih mempertahankan karakteristik dari Pasar Tradisional. Dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pendataan Pedagang Pada Pasar Tradisional Ngdiluwih Kecamatan Ngdiluwih Kabupaten Kediri

No.	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang	Tempat Berdagang
1	Tahu	5	Los
2	Perancangan	7	Kios
3	Jajan	4	Los
4	Daging Ayam	10	Los
5	Ikan Laut	3	Kios
6	Pisang	5	Los
7	Buah-Buahan	9	Kios
8	Kembang	5	Los
9	Selep Daging	2	Kios
10	Sayuran	15	Kios Dan Los
11	Tempe	3	Los
12	Daging sapi	2	Kios
13	Asesoris	2	Kios
14	Toko Emas	4	Kios
15	Pakaian	10	Kios dan Los
16	Selip Daging	2	Kios
17	Toko Plastik	5	Kios
18	Sepatu dan Tas	7	Kios
19	Kosmetik	6	Kios
20	Warung Makanan	8	Los
21	Jamu Jawa	10	Los
22	Sembaklo	11	Kios dan Los
22	Kelapa	5	Los
23	Jasa Sol Sepatu	2	Los
24	Jus Buah	3	Los
25	Perlengkapan Roti	5	Kios

Sumber : data primer dioalah pada tanggal 14 juli 2020

Semua pedagang yang berjualan di pasar tersebut memiliki misi dan tujuan yang sama yaitu mendapatkan keuntungan atau laba sebesar-besarnya.

Namun para pedagang di pasar tersebut masih sedikit yang memperdulikan etika dalam berbisnis. Seringkali dalam mencari keuntungan yang besar pedagang sering berbuat kecurangan, seperti mengurangi berat pada barang yang ditimbang, mencampur kualitas barang yang dijual, perbedaan harga namun kualitas produk sama.

Salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan adalah Pasar Tradisional yang berada di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Penulis memilih Pasar Ngadiluwih sebagai objek penelitian alasannya karena di Pasar tersebut masih belum terjadi repitalisme atau perubahan bentuk. Menurut peneliti saat melakukan observasi sementara terdapat beberapa keunikan yang masih dipertahankan di Pasar tersebut seperti bentuk Pasar yang masih berupa lapak dan kios, terdapat lorong-lorong, sering terjadi banjir saat musim hujan dan lain sebagainya. Menurut pengamatan sementara yang dilakukan penulis kepada pedagang Pasar Ngadiluwih bahwa para pedagang mayoritas beragama muslim, dalam berdagang menurut islam terdapat etika berdagang, dimana etika tersebut harus di pahami dan di terapkan oleh para pelaku bisnis dalam transaksi berdagangnya. Dalam berbisnis para pedagang harus menerapkan etika bisnis islam.

Setelah melihat beberapa kasus diatas, maka pernyataan yang akan muncul adalah seberapa paham pedagang terhadap etika bisnis islam dan dengan cara apa mereka menerapkan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh dengan melakukan suatu penelitian ilmiah yang diberi judul **“PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL NGADILUWEH KABUPATEN KEDIRI.”**

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pemahaman etika bisnis islam para pedagang di pasar taradisional ngadiluweh kabupaten kediri?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis islam di pasar ngadiluweh dalam transaksi jual beli jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis islam?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemahaman etika bisnis islam para pedagang di pasar taradisional Ngadiluweh Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di Pasar Ngadiluweh Kabupaten Kediri.

D. Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah pada penerapan etika bisnis islam dalam tansaksi jual beli di pasar tradisional ngadiluweh kabupaten Kediri dalam hal permasalahan yang terjadi dilapangan seperti halnya mengenai perilaku pedagang, kecurangan yang terjadi, timbangan, perbedaan harga namun kualitas barang sama.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat :

1. Bagi pedagang
Diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pedagang dalam etika berbisnis yang baik dan benar menurut aturan-aturan islam.
2. Bagi umum
Diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang dipercaya dan layak bagi penelitian selanjutnya di bidang usaha dagang.
3. Bagi peneliti

Diharapkan dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan mencari solusi bagi permasalahan yang timbul di dunia nyata.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. Penerapan merupakan sebuah tindakan baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan.⁷
- b. Etika Bisnis Islam merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pedayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.⁸
- c. Transaksi merupakan kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan paling tidak dua belah pihak yang saling melakukan pertukaran melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam dan lain-lain atas dasar suka sama suka atau pun dasar satu ketetapan hukum atau syariat yang berlaku.⁹
- d. Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar barang atau benda yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima barang dan pihak lainnya menerima sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara dan disepakatinya.¹⁰
- e. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara

⁷ Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer Arkola*, (Surabaya, 2010), hal. 30.

⁸ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Islam*, Pustaka Al-Kautsar, (Yogyakarta, 2003), hal.38.

⁹ Slamet Wiyono, *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah Berdasar PSAK dan PAPS*, (Jakarta : Grasindo, 2012), hal. 25.

¹⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada, 2008), hal.68.

langsung dan biasanya terdapat tawar menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios, grai dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun dibuka oleh pengelola pasar.¹¹

Dari beberapa penegasan jdul diatas, maka yang dimaksud dari skripsi ini adalah memberikan gambaran serta mengukur penerapan stika bisnis islam dalam tarnsaksi jula beli di pasar tradisional ngadiluweh kabupaten Kediri jika dilihat dari cara pedagang berjualan barang dagangannya kepada para pembeli ataiu konsumen apakah sudah sesuai dengan etika bisnis islam yang berlaku tau belum.

2. Definisi operasional

Secara operasional merupakan penelitian dengan meninjau dan mengamati terhadap perilaku para pedagang dalam pelaksanaan jual beli yang terjadi di pasar tradisional desa purokerto kecamatan ngadiluweh kabupaten Kediri. Etika bisnis islam bertujuan untuk mengajarkan manusia dalam menjalankan kerjasama yang jujur, saling tolong menolong psds sesama, serta menjauhkan diri dari sifat dendam dan iri serta menjauhkan diri dari hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat islam.

G. Sistematika Penulisan

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

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Menjelaskan tentang etika bisnis islam, transaksi jual beli, pasar, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir.

¹¹ Siti Minakusnia, “*Prilaku Pedagang Pasar Tradisional ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika blsnis Islam*”, Skripsi Universitas Islam Negeri Wlisongo, 2015, h.51

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari: (1) jenis dan pendekatan penelitian, (2) kehadiran peneliti, (3) sumber data (4) teknis pengeumpulan data, (5) teknis analisis data (6) pengecekan keabsahan temuan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Meliputi deskripsi data dan paparan data. Membahas mengenai deskripsi data dan paparan data yang sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah. Paparan data diperoleh dari hasil observasi, penyebaran kuesioner, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan peneliti dilapangan.

BAB V : PEMBAHASAN**BAB VI : PENUTUP**

Berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran.