

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti ini perkembangan ekonomi dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya hubungan manusia akan sandang, pangan dan teknologi. Untuk mencukupi kebutuhan manusia yang semakin beragam, kegiatan ekonomi yang dapat dilakukan oleh manusia yaitu berbisnis.² Pada zaman modern seperti sekarang ini, manusia akan melakukan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satunya dengan berbisnis ataupun berdagang. Melalui bisnis dan berdagang (jual beli) setiap orang dapat menciptakan ekonomi mandiri dan turut serta membantu negara untuk mengurangi garis pengangguran di Indonesia.

Bisnis adalah aktivitas seseorang yang dilakukan dengan tersusun untuk memproduksi atau melakukan kegiatan penjualan bisa berupa barang ataupun jasa yang dikemudian hari berguna untuk mendapatkan keuntungan agar mampu memenuhi kehidupan masyarakat.³ Berdagang merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang dapat dilakukan oleh setiap orang tanpa adanya batasan usia, jenis kelamin dan lain sebagainya. Berdagang adalah kegiatan yang dianjurkan dalam ajaran Islam.

² M. Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, (Bandung : Alumni, 1986), hal. 6

³ Buchori Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung:Alfabeta,2003), hal.20

Sebagian besar orang nampaknya masih lebih suka bekerja kepada orang lain daripada berdagang karena beranggapan bekerja untuk orang lain atau di sebuah perusahaan yang mapan dengan mendapatkan gaji bulanan tentu lebih aman, nyaman, dan memiliki resiko rendah daripada berdagang. Padahal, sebetulnya Islam sangat menganjurkan perdagangan, dan Rasul pun memiliki latar belakang seorang pedagang dan merupakan pedagang yang bereputasi internasional dengan mendasarkan bangunan bisnisnya pada nilai-nilai ajaran agama Islam.

Konsep dagang yang diterapkan Rasulullah adalah *value driven*, dimana mempunyai arti yaitu melindungi, mengendalikan, menarik nilai-nilai pelanggan. Konsep ini erat menggunakan *relationship marketing* yaitu berupaya menjaga hubungan yang baik antara pedagang, produsen dan para pelanggan. Tentu saja dalam ajaran-ajarannya Rasulullah selalu menghimbau bagaimana seorang pedagang tetap berhubungan baik dengan konsumen, supaya hal ini terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan seperti bertengkar dengan pelanggannya yang kemudian akan menimbulkan rasa tidak percaya oleh pelanggan.⁴ Di dalam aktivitas perdagangan terdapat yang seharusnya menjadi penting untuk diperhatikan, yaitu tentang perilaku atau etika berdagang khususnya etika pedagang dalam Islam.

⁴*Ibid*, 21

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 mendapatkan keuntungan dan bahkan mengabaikan etika dalam berdagang. Perilaku dalam hal ini yaitu tentang bagaimana tata cara berdagang yang telah diajarkan dalam agama Islam sesuai dengan syariah Islam.. Perdagangan masuk kedalam sistem kebudayaan, sedangkan etika Islam masuk ke dalam sistem keagamaan. Pemakaian teori ditunjukkan pada hubungan sistem kebudayaan dengan sistem keagamaan yang ada pada masyarakat pedagang.⁵

Salah satu wadah dimana transaksi jual beli itu dapat berlangsung adalah di pasar tradisional. Pasar merupakan suatu elemen yang memiliki peranan penting dalam perekonomian. Pasar adalah tempat jual beli dimana harus mempunyai syarat yaitu harus ada penjual dan pembeli. Hal ini diperkuat oleh pendapat Eko Suprayitno dimana pasar memiliki pengertian yaitu suatu tempat yang akan menghasilkan suatu proses interaksi antara permintaan dan penawaran barang atau jasa. Ketika proses ini berlangsung maka akan menghasilkan ketetapan harga yang seimbang (harga pasar) dan jumlah barang yang diperjual belikan. Untuk melangsungkan hidup, manusia dituntut untuk memenuhi kebutuhannya.

⁵Albara, Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi, *Jurnal Analytica Islamia*, Vol. 5, No.2, 2016, hal. 247.

Bagi masyarakat pasar tidak hanya sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai tempat yang berguna untuk berinteraksi sosial.⁶ Pasar sesuai dengan perkembangannya, ada yang disebut pasar tradisional dan ada yang disebut dengan pasar modern. Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, dilaksanakan dengan manajemen tanpa perangkat teknologi modern dan lebih pada golongan menengah ke bawah dan tersebar, baik di kampung-kampung, kota kecil dan kota-kota besar dengan masa operasi rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari.⁷ Pasar sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, banyak masyarakat yang bergantung pada adanya pasar.

Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing yang alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena di dalam pasar tradisional terdapat banyak pihak yang terlibat dan memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya. Mereka semua adalah aktor yang berperan

⁶Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hal. 205.

⁷M. Rasyid Hidayat dan Amelia Rahmaniah, *Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, *Journal Of Islami Law Studies*, Volume 3, Nomer 2, Desember 2019, hal. 94.

penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia

Dalam Undang-Undang Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung Nomor 6 tahun 2010 menjelaskan bahwa, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah, termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios los, dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan dengan tawar menawar.⁸ Peraturan mengenai pasar tradisional harus tersedianya sarana pendukung serta setiap pengelola wajib melakukan revitalisasi pasar sebagai salah satu upaya peningkatan daya saing pasar tradisional. Penataan dan pembinaan pasar tradisional dilakukan karena potensi pasar tradisional yang cukup besar dalam meningkatkan ekonomi kerakyatan dengan harapan pasar tradisional yang dianggap kumuh dan kotor mampu berkembang menjadi pasar yang lebih bersih.⁹

Dalam proses transaksi, umumnya para pedagang berusaha memperoleh keuntungan yang setinggi-tingginya terhadap produk-

⁸Undang-Undang Peraturan Daerah Kabupaten Tulungagung tentang Perlindungan, Pemberdayaan Pasar tradisional & Penataan serta Pengendalian Pasar modern, (Tulungagung: Pemkab,2011) hal.5

⁹ Menteri dalam Negeri Indonesia, Peraturan Menteri dalam Negeri Republik Indonesia Nomer 20 Tahun 2012.

produk yang mereka perdagangkan. Keuntungan yang besar akan diperoleh para pedagang apabila produk yang dijualnya banyak terjual dengan harga yang tinggi. Menurut Adiwarmarman Karim secara umum segala kondisi atau praktik transaksi di pasar baik barang maupun jasa yang akan berdampak pada tidak tercapainya mekanisme pasar secara efisien dan optimal maka dapat dipastikan ada distorsi yang ikut berperan dalam pembentukan harga.¹⁰

Pembeli atau konsumen sangat mendambakan adanya kenyamanan 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 para pedagang mengatakan secara apa adanya bahwa barang yang mereka jual berkualitas baik. 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 peneliti YLKI (Yasasan Lembaga Konsumen Indonesia) diantaranya marak mendapati pedagang yang curang atau menipu konsumen, sehingga konsumen merasa dirugikan.

Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dengan kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Para konsumen juga harus

¹⁰ Adimarwan Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2015), hal. 220

diberi tahu apabila terdapat kecurangan-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. Oleh karena itu, informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen, dan pastinya kejujuran sangat diperlukan juga bagi konsumen.¹¹

Dari apa yang diuraikan diatas maka dapat diasumsikan di dalam mekanisme pasar bebas, para aktor atau pedagang pasar sangat memungkinkan melakukan manipulasi harga serta kecurangan dalam praktik jual beli lainnya. Implikasi dari kebebasan tersebut dapat merugikan banyak pihak diantaranya adalah konsumen. Pada praktiknya kemungkinan besar banyak pedagang di pasar tradisional yang memainkan harga untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Pasar Tradisional Ngunut yang terletak di Desa Ngunut, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung adalah salah satu pasar tradisional yang terbesar di wilayah Tulunggaung bagian Timur. Pasar Ngunut memiliki luas 15785m² untuk pasar umum. Pelaku bisnis di Pasar Ngunut terdiri dari 772 pedagang dan juga pelaku jasa seperti tukang sol sepatu dan penjahit. Mereka berasal dari wilayah Ngunut, Desa Balesono, Desa Gilang, Desa Kaliwungu, Desa Selorejo, Desa

¹¹ Rafik Is, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 72

Samir, Desa Sumberingin, Desa Pulosari, Desa Buntaran, Desa Sambijajar, Desa Panjerejo, dan dari wilayah Blitar.

Di pasar tradisional Ngunut banyak sekali pedagang yang berdagang di lapak-lapak pasar dan mayoritas beragama muslim. Terdapat beberapa jenis pedagang diantaranya adalah pedagang sembako seperti beras, minyak, mie, kopi dan lain-lain. Ada pedagang sayur mayur dan daging, pedagang *snack* yang terdiri dari kue basah dan makanan kemasan. Ada pedagang perhiasan, pedagang mainan anak-anak serta pedagang baju. Dengan banyaknya orang berjualan di pasar tradisional Ngunut sangatlah jelas bahwa mereka para pedagang memiliki tujuan yaitu mencari keuntungan atau laba.

Akan tetapi tidak bisa dipungkiri banyak dari diantara pedagang yang belum paham dengan adanya etika bisnis dalam berdagang. Kenyataan di lapangan masih terdapat pedagang yang tidak menjalankan syari'at Islam, seperti beberapa pedagang ikan yang tetap memotong ikan ketika adzan dzuhur berkumandang, tidak menjaga kebersihan kios serta barang dagangan, menaruh barang dagangan di area jalan sehingga menyebabkan jalan untuk pembeli menjadi sempit. Dalam penelitian ini peneliti lebih tertarik pada pedagang bahan makanan di pasar tradisional Ngunut karena bahan makanan adalah bahan yang selalu dicari oleh konsumen ketika pergi ke pasar tradisional dan para pedagang tersebut mayoritas beragama Islam, akan tetapi tidak bisa dipungkiri bahwasannya dalam proses bertransaksi

masih banyak sekali yang melakukan hal-hal yang kurang berkenan serta melakukan praktik yang diharamkan. Hal ini dilakukan oleh pedagang karena pada dasarnya manusia selalu memiliki sifat yang lebih untuk mendapatkan keuntungan yang besar.

Beberapa pedagang bahan makanan masih ada yang tidak menghiraukan etika berdagang secara Islam. Contohnya seperti para pedagang melakukan takaran timbangan dengan tidak benar. Misalnya, pedagang daging ayam ketika menimbang dagangannya dengan berat 3kilogram tidak sesuai dengan berat aslinya atau dengan kata lain mengurangi takaran timbangan. Tidak hanya dengan melakukan kecurangan dalam takaran timbangan, dengan tidak melayani para konsumen dengan baik contohnya tidak melayani dengan ramah maka hal ini juga termasuk dalam mengabaikan etika bisnis, pengoplosan barang kualitas bagus dengan kualitas buruk, dan bahkan ada pedagang yang bersifat memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya. Selain itu ada beberapa pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau bermurah hati yang ditandai dengan pelayanan dengan raut wajah yang kurang bersahabat, dimana kecurangan-kecurangan tersebut sangat bertentangan dengan etika bisnis Islami. maka pasar tidak bisa terlepas dengan sejumlah aturan syariat, yang antara lain terkait dengan pembentukan harga dan terjadinya transaksi di pasar.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul
**“Analisis Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngunut Dalam
Perspektif Etika Bisnis Islam”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut di atas maka fokus penelitian yang diambil peneliti adalah?

1. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan pedagang dalam melakukan transaksi dipasar tradisional Ngunut ?
2. Bagaimana dampak perilaku pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan berdagang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menggambarkan dan menjelaskan penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan pedagang dalam melakukan transaksi dipasar tradisional Ngunut
2. Untuk menggambarkan dan menjelaskan dampak perilaku pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan berdagang.

D. Batasan Masalah

Untuk menghindari kesimpang siuran dan interpretasi yang keliru terhadap hasil penelitian, sekaligus untuk mempermudah hasil penelitian ini, maka penulis memfokuskan pada etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang di pasar tradisional Ngunut.

1. Pembatasan daerah penelitian

Pembatasan pada daerah penelitian dimaksudkan agar terarah dan tidak keluar dari pokok permasalahan yang diangkat peneliti.

Daerah yang menjadi tempat penelitian adalah pasar tradisional Ngunut yang berlokasi di desa Ngunut Kecamatan Ngunut.

2. Pembatasan masalah penelitian

Dengan berbagai keterbatasan peneliti membatasi ruang lingkup dan pembahasan penelitian. Masalah pokok yang diteliti adalah tentang etika bisnis Islam para pedagang di pasar tradisional Ngunut .

E. Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Kegunaan dari segi ilmiah, diharapkan agar dapat menambah wawasan serta ilmu di berbagai literature ekonomi yang ada saat ini, khususnya dalam bidang ekonomi Islam mengenai konsep etika bisnis Islam serta perdagangan yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Serta mengetahui kendala apa saja yang dihadapi dalam penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi perdagangan tersebut.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat untuk menambah wawasan dan ilmu dalam melakukan bisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

b. Bagi umum

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman kepada pelaku bisnis dalam melakukan bisnisnya harus sesuai dengan etika bisnis secara Islami.

F. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami judul “Analisis Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngunut Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” maka penulis memberikan penegasan dan penjelasan sebagai berikut:

1. Perilaku

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Dyan Arum Ramadani, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan termasuk dalam cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.¹²

2. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan.¹³

3. Pasar Tradisional

Pasar Tradisional menurut Elias Anton, merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung dan adanya

¹² Dyan Arum Rahmadani, *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, (Makassar: UIN Allaudin Makassar, 2017), hal. 12

¹³ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Akasara Sinergi Media Cet 1 , 2014), hal. 231.

proses tawar menawar, bangunannya dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.¹⁴

4. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah dan selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.¹⁵

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini terdiri dari enam (6) bab dimana setiap bab terdiri dari sub-sub bab sebagai pereinciannya, dan untuk menghasilkan suatu pembahasan yang sistematis antara pembahasan yang satu dengan yang lain, serta agar dalam pembahasan skripsi ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan menyeluruh.

Bab I: Pendahuluan

Bab ini memberikan gambaran singkat mengenai pembahasan yang ada didalam penelitian ini. Unsur-unsur dalam bab pendahuluan ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II: Kajian Pustaka

¹⁴ Elias Anton dan Erward E . Elias, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Makassar: Alauddin University Press, 2014), hal. 27.

¹⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 20.

Pada bab ini ini berisikan fokus pertama, kedua dan seterusnya, proporsi dan penelitian terdahulu

Bab III: Metode penelitian

Dalam bab ini penulis akan membahas proses penelitian yang digunakan dalam penulisan meliputi: 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.

Bab IV: Hasil Penelitian

Pembahasan pada bab ini peneliti akan menjawab fokus penelitian dan membahasnya secara mendalam dengan data yang telah diperoleh.

Bab V: Pembahasan

Membahas tentang posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dilapangan.

Bab VI: Penutup

Berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian.