

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Etika pada dasarnya merupakan standar atau moral yang menyangkut benar dan salah atau baik dan buruk suatu tindakan. Dalam Bahasa Yunani etika dikenal sebagai *ethos* yang berarti adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir.² Sementara dalam Bahasa Arab etika dikenal sebagai akhlak yang berarti budi pekerti, perangai dan tingkah laku.³ Etika disebut juga sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat yang akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (*good conduct*) yang harus dipatuhi dan dijalankan. Etika di dalam bisnis sudah disepakati oleh orang-orang yang berada kelompok bisnis serta kelompok yang terkait lainnya. Etika bisnis menurut Muhammad Saifullah yang ditulis pada tahun 2011 adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan antara baik, buruk, benar, salah dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis.⁴ Sedangkan etika bisnis Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis yang dibungkus dengan batasan syariah. Perilaku yang etis adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah serta menjahui larangan-Nya seperti yang

² Gadis Arniyati Athar, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara*, Wahana Inovasi, Volume 9, No. 1, Januari-Juni 2020

³ Ivana Anggraini, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Pasar Rukoh Banda Aceh*, (Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018), hal. 1

⁴ H. Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: CV BUDI UTAMA, 2020), hal. 1-2

ditulis oleh Alma pada tahun 2009. Jadi, etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai tentang baik buruk, benar salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan prinsip syariah.

Di dalam Islam, seseorang diperbolehkan untuk melakukan kegiatan bisnis atau berdagang dengan mematuhi aturan atau ketentuan bisnis Islam yang sudah ditetapkan agar tetap mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun akhirat. Etika bisnis Islam menjamin baik pembisnis maupun konsumen masing-masing tetap mendapatkan keuntungan karena didalam Islam tidak membiarkan seseorang melakukan pekerjaan sesuka hati dengan menghalalkan berbagai macam cara seperti melakukan kecurangan, riba dan perbuatan batil lainnya hanya untuk mendapatkan keuntungannya sendiri. Perilaku seperti ini dapat menyebabkan kedzaliman dalam masyarakat sehingga etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat berhadapan dengan hal yang baik dan buruk, halal dan haram, serta yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

Rasulullah SAW mengajarkan konsep dagang yang disebut dengan *value driven* yang artinya menjaga, mempertahankan, dan menarik nilai-nilai pelanggan. *Value driven* juga erat hubungannya dengan apa yang disebut *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan antara produsen, pedagang dan pelanggan. Kejujuran merupakan kunci utama dalam berdagang yang dilakukan Rasulullah sehingga setiap pelanggan yang berhubungan dengan beliau akan selalu percaya dengan kejujuran yang

dilakukan oleh Rasulullah dan dapat menciptakan rasa senang, nyaman, yakin dan puas terhadap pelayanannya. Dalam kegiatan berdagang yang dilakukan oleh Rasulullah tidak hanya semata-mata untuk mencari keuntungan tetapi juga menerapkan konsep etika bisnis dan etika Islam yang mana memperhatikan konsep halal haram karena berdagang merupakan salah satu cara untuk memperoleh berkah dan rezeki dari Allah SWT serta untuk mendapatkan kesejahteraan dalam berdagang.

Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli dan bertemunya antara permintaan dan penawaran. Dalam hal ini pasar memiliki pengaruh besar khususnya dalam rangka meningkatkan pendapatan asli daerah yang sangat penting demi kelangsungan pembangunan baik dipusat maupun didaerah. Pasar sebagai pusat kegiatan perekonomian yang mendorong dan memperlancar kegiatan bagi masyarakat. Pasar dibedakan menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern seperti swalayan, supermarket, mall, dll.

Seperti pasar tradisional desa Karangtalun, yang merupakan salah satu pasar yang beroperasi di desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir Kabupaten Tulungagung dengan waktu operasional pada hari pasaran pon dan kliwon. Pasar tradisional Karangtalun memiliki lokasi yang cukup luas karena dapat menampung 153 los, 65 kios, 32 dasaran dengan jumlah pedagang keseluruhan kurang lebih 250 pedagang. Hari operasionalnya mingguan biasanya 2x atau 3x dalam seminggu.

Pasar ini juga merupakan pasar yang tergolong besar karena menjadi pusat perbelanjaan di Kecamatan Kalidawir. Pedagang pasar tradisional Karangtalun mayoritas beragama Islam atau muslim sehingga menjadi fokus penelitian mengenai etika bisnis Islam. Di pasar tradisional Karangtalun terdapat berbagai macam pedagang mulai dari pedagang sayur, pakaian, jajanan, alat gerabah, daging, ikan dll. Dalam kegiatan berdagang tentunya ada selisih pemahaman antara pedagang dengan agama yang kuat dan pedagang dengan pemahaman agama yang kurang. Sehingga hal ini memengaruhi perilaku dagang mereka dalam memasarkan barang yang dijual mulai dari harga, kualitas barang, dan memberikan potongan harga disetiap pembelian. Hal ini menimbulkan perselisihan antara pedagang karena mereka akan lebih mengutamakan keuntungan besar daripada berdagang dengan jujur menurut aturan etika bisnis Islam yang benar.

Oleh karena itu, pemahaman akan etika bisnis Islam sangat penting untuk diterapkan pada pedagang pasar Tradisional desa Karangtalun untuk melakukan kegiatan dagang dengan baik, jujur dan amanah agar mendapatkan keberkahan dari Allah SWT dunia maupun akhirat dan tidak semata-mata untuk mencari keuntungan besar saja. Maka dari itu, penulis mengangkat judul **“Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Desa Karangtalun Dalam Meningkatkan Daya Beli Masyarakat”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka fokus penelitian saya yaitu:

1. Bagaimana pemahaman etika bisnis Islam pada perilaku pedagang Pasar Tradisional Karangtalun?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang Pasar Tradisional Karangtalun?
3. Bagaimana dampak penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang Pasar Tradisional Karangtalun dalam meningkatkan daya beli masyarakat?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan pemahaman etika bisnis Islam pada perilaku pedagang Pasar Tradisional desa Karangtalun.
2. Untuk mendeskripsikan penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang Pasar Tradisional Karangtalun.
3. Untuk mendeskripsikan dampak dari penerapan etika bisnis Islam pada pedagang Pasar Tradisional desa Karangtalun dalam meningkatkan daya beli masyarakat.

D. Identifikasi dan Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan menyimpang dalam penelitian ini sekaligus untuk mempermudah penelitian, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian yang hanya berkaitan pada perilaku

pedagang Pasar Tradisional di desa Karangtalun Kecamatan Kalidawir Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi pihak lain. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai acuan secara teoritis untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan bagi para pembaca serta bisa memperluas penelitian selanjutnya. Penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua pihak yang terkait yang dapat membantu menyelesaikan permasalahan mereka di bidang ekonomi dan bisnis terutama dalam etika bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademik

- 1) Menambah wawasan keilmuan tentang etika bisnis Islam bagi para pembaca khususnya bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah.
- 2) Sebagai tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan etika bisnis Islam.

b. Bagi Masyarakat

- 1) Memberikan tambahan wawasan kepada pedagang maupun pembeli tentang pentingnya suatu etika bisnis Islam dalam melakukan kegiatan perekonomian.
- 2) Sebagai pedoman dalam berdagang dengan meningkatkan kejujuran dan nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran Islam agar memperoleh rahmat dan berkah dunia akhirat.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti adat istiadat atau kebiasaan yang dilakukan secara berulang-ulang.⁵

Etika bisnis Islam merupakan suatu norma atau aturan yang menyangkut tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah.

b. Pedagang

Pedagang yaitu seseorang yang melakukan kegiatan jual beli. Pedagang adalah bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penengah (distribusi) suatu barang yang dihasilkan dari sektor ekonomi, yaitu sektor pertanian, sektor industri dan sektor jasa yang dibutuhkan dan

⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis (Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi)*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), Hal. 14

diperlukan oleh manusia atau masyarakat untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen.⁶

c. Pasar

Pasar merupakan suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang atau jasa tertentu.

2. Definisi Operasional

Dalam definisi operasional yaitu penelitian dengan mengamati dan meninjau terhadap perilaku pedagang dalam melaksanakan kegiatan jual beli di pasar tradisional desa Karangtalun. Etika bisnis Islam mengajarkan kepada seluruh umat untuk menjalin kerjasama, tolong-menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri hati/dengki serta hal-hal yang bertentangan dengan prinsip syariah.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, dan halaman abstrak.

⁶ Ifani Damayanti, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tinggi Rendahnya Pendapatan Pedagang Kaki Lima*, (Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Sebelah Maret Surakarta, 2011)

2. Bagian Utama

Terdiri dari beberapa bab, antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan menjelaskan secara singkat gambaran atau alasan melakukan penelitian mengenai etika bisnis Islam pada perilaku pedagang Pasar Tradisional yang meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan dan manfaat dari penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan kumpulan kajian teori yang digunakan dalam penelitian yaitu tentang etika bisnis Islam pada perilaku pedagang Pasar Tradisional. Pada bab ini juga menyertakan penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai pendukung penelitian yang sedang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab metode penelitian ini menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap dalam penelitian agar mendapatkan data secara relevan dan akurat.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini memaparkan temuan informasi selama proses penelitian dengan menunjukkan data yang akurat dan relevan yang diperoleh dari hasil penelitian langsung dengan melakukan observasi dan

wawancara terhadap beberapa responden di lapangan yang dipaparkan dalam bentuk analisis deskriptif.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab pembahasan berisi jawaban atas masalah dalam penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab penutup memaparkan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan berdasarkan analisis dari hasil temuan lapangan.

3. Bagian akhir

Memuat tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan dan daftar riwayat hidup.