

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### A. Latar Belakang

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu dengan cara bekerja, sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Karena bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki.<sup>1</sup>

Pada saat ini bisnis telah menjadi aktivitas yang telah dilakukan oleh sebagian besar masyarakat. Dalam kehidupan masyarakat sendiri seringkali ditemui bahwa aktivitas setiap individu tidak lepas dari bisnis. Apalagi, di era perdagangan bebas seperti saat ini, yang mana bisnis di sektor perdagangan dan jasa mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, baik itu bisnis berskala kecil maupun berskala besar. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya usaha yang tumbuh dan berkembang khususnya bergerak di bidang

---

<sup>1</sup> M.I. Yusanto dan M.K. Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 17.

perdagangan. Banyaknya jenis usaha di sektor perdagangan tentunya mengakibatkan terjadinya tingkat persaingan yang semakin tinggi pula.

Dalam sebuah kegiatan ekonomi, aspek etika sangatlah penting. Kultur bisnis yang sehat, dibangun mulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan, atau aturan (norma) etika tersebut diwujudkan dalam bentuk aturan hukum.<sup>2</sup> Individu pelaku dalam bisnis dapat dikontrol melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip moral sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminatif.

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan jual beli. akan tetapi tentu saja untuk orang yang menjalankan usaha perdagangan secara baik dan benar, dituntut menggunakan tata cara khusus, ada aturan mainnya yang mengatur bagaimana seharusnya seorang Muslim berusaha di bidang perdagangan agar mendapat berkah dan Ridha Allah SWT. di dunia maupun di akhirat. maka dari itu, sangat penting bagi pedagang atau pelaku usaha muslim untuk mengetahui etika dalam berbisnis menurut Islam agar kegiatan bisnis dapat menjadi sebuah sarana untuk menggapai keberkahan.<sup>3</sup>

Pembentukan sumber daya manusia yang berkualitas sangatlah diperlukan guna membentuk karakter seorang wirausahawan yang nantinya

---

<sup>2</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013). hlm 214.

<sup>3</sup> Veithzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Management* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017) hlm. 19

dapat menjalankan usahanya dengan menggunakan etika yang baik yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran agama. Semakin berkualitasnya sumber daya manusia akan lebih meningkatkan produktifitas dalam proses pembangunan.

Indonesia memiliki beragam kota maupun kabupaten yang memiliki ciri khas tersendiri untuk daerahnya, salah satunya Kabupaten Trenggalek. Kabupaten Trenggalek memiliki julukan sebagai kota keripik tempe namun tidak hanya tempe, Kabupaten Trenggalek juga memiliki pusat sentra tahu, dimana kecamatan Tugu menjadi satu-satunya sentra tahu terbesar yang ada di Kabupaten Trenggalek tepatnya di Desa Nglongsor. Sekitar 80 persen penduduknya menjadi pengrajin tahu. Tahu dikelola secara tradisional dan dijual ke pasar-pasar di Trenggalek. Proses pengolahan kedelai menjadi tahu, dimulai dari proses merendamnya selama 4-6 jam, lalu digiling menjadi bubur mentah. Bubur mentah kemudian dimasak sampai mencapai suhu panas tertentu. Selanjutnya disaring untuk memisahkan antara ampas dengan sari pati. Setelah itu sari pati direbus sampai masak, kemudian digumpalkan dengan menggunakan cairan sari bahari yang berasal dari ekstrak air laut. Dicampur air biasa dengan ukuran tertentu, disiramkan merata hingga sari pati kedelai menggumpal, akhirnya dicetak menjadi tahu yang biasa kita temui.<sup>4</sup>

Dari sekian banyaknya pengusaha *sentra tahu* tahu yang ada di Desa Nglongsor Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek, warga tersebut semuanya beragama Islam. Akan tetapi di dalam berbisnis, belum keseluruhan nilai-nilai

---

<sup>4</sup> Iksan Fauzi dalam <https://Surabaya.tribunnews.com/amp/2018/11/01/menengok-sentra-industri-tahu-trenggalek?page=2> diakses pada tanggal 23 september 2021 pukul 9.31

agama Islam diaplikasikan. Masih terjadi kecurangan-kecurangan yang sering muncul di kalangan pengusaha muslim tersebut sehingga timbul suatu ketidakadilan.

Seiring dengan perkembangan jaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Seperti contoh, banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang.<sup>5</sup>

Etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan atau dengan kata lain etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dan halal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.<sup>6</sup>

Etika merupakan suatu konsepsi mengenai tindakan yang benar dan salah. Etika memberikan panduan apakah suatu perilaku tertentu dapat digolongkan sebagai perilaku yang bermoral atau tidak bermoral.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010, h. 2

<sup>6</sup> Abdul Aziz, *Etika bisnis prespektif Islam* (Bandung: Alfabeta, 2013 ), 35

<sup>7</sup> Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis dan Studi Kasus* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2006), 103

Etika sendiri bersumber dari moralitas yang merupakan sistem nilai tentang bagaimana kita harus hidup secara baik sebagai manusia. Etika bisnis merupakan suatu bidang ilmu ekonomi yang terkadang dilupakan banyak orang, padahal melalui etika bisnis inilah seseorang dapat memahami suatu bisnis persaingan yang sulit sekalipun, bagaimana bersikap manis, menjaga sopan santun, berpakaian yang baik sampai bertutur kata, semua itu ada “*meaning*”nya. Dalam ajaran Islam, kegiatan bisnis sangat dianjurkan, tetapi harus sesuai dengan apa yang telah ditetapkan baik itu oleh Al-Qur’an maupun sunnah Nabi. Keduanya menjadi pedoman bagi kaum muslim dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Di antara pedoman tersebut terdapat pula beberapa kode etik dalam perdagangan menurut Islam di antaranya adalah sidiq (jujur), amanah (tanggung jawab), tidak melakukan riba, menepati janji, tidak melakukan penipuan, tidak curang dalam timbangan, tidak menjelek-jelekkan pedagang lain, tidak menimbun barang dan hal lain yang dapat merugikan orang lain.<sup>8</sup>

Pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut bersikap jujur dan tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan, selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Pelaku usaha atau pihak perusahaan harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran,

---

<sup>8</sup> Abdul Rokhim, *Ekonomi Islam Presepektif Muhammad SAW* (Jember: STAIN Press,2013), 110.

pelayanan yang optimal, dan ihsan dalam segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat amanah, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.<sup>9</sup>

Perusahaan produksi (penghasil, pencipta barang) harus selalu menjaga etika bisnis demi menciptakan produk yang berkualitas dan tetap menjaga loyalitas konsumennya, apabila dalam produksi terjadi etika yang menyimpang dan mempengaruhi nilai produksi maka pasar dan konsumenlah seakan yang menjadi tolok ukur dalam keberlangsungan dari suatu perusahaan.

Menurut teori etika bisnis kewajiban produsen adalah: 1) Beriktikad baik dalam usahanya, 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberikan penjelasan, penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, 4) Menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi atau yang diperdagangkan berdasarkan ketentuan standart mutu atau jasa yang berlaku, 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang atau jasa yang dibuat atau yang dipergunakan, 6) Memberi kompensasi, ganti rugi atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan, 7) Memberi kompensasi, ganti rugi atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan OPSI, Tetapi Solusi!* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 237.

<sup>10</sup> Sudaryono, *Pengantar Bisnis Teori dan Contoh Kasus* (Yogyakarta : CV Andi, 2015), hlm. 291.

Hal ini jelas dirasa kurang sopan dan kurang etis dalam transaksi jual beli. Sedangkan konsumen berbelanja dalam jumlah besar maupun sedikit itu merupakan hak mereka dan sesuai apa yang mereka butuhkan. Dalam Undang-Undang perlindungan konsumen pasal 4 disebutkan bahwa hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa serta hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Dari latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penulisan dengan judul **“Perilaku Pedagang dalam Melayani Pembeli dalam Jumlah Sedikit Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Sentra Tahu Sрни di Desa Nglongsor Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek)”**.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penulisan ini adalah :

1. Bagaimana praktik perilaku pedagang dalam melayani pembeli dalam jumlah sedikit pada Sentra Tahu Sрни di desa Nglongsor Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek?
2. Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terkait perilaku pedagang dalam melayani pembeli dalam jumlah sedikit pada Sentra Tahu Sрни Desa Nglongsor Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek?

### C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan praktik perilaku pedagang dalam melayani pembeli dalam jumlah sedikit pada Sentra Tahu Sрни di desa Nglongsor Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan tinjauan Etika Bisnis Islam terkait perilaku pedagang dalam melayani pembeli dalam jumlah sedikit pada Sentra Tahu Sрни Desa Nglongsor Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek.

### D. Manfaat Penulisan

#### 1. Secara Teoritis

Penulisan ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan di bidang fiqih muamalah terutama masalah Etika Bisnis Islam serta dapat dijadikan acuan bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pengetahuan di bidang ilmu syariah, dalam artian membangun, memperkuat, dan menyempurnakan teori yang sudah ada mengenai etika bagi konsumen.

#### 2. Secara Praktis

Bagi Instansi, hasil penulisan ini diharapkan dapat memberi tambahan dalam Ilmu pengetahuan khususnya syariah tentang etika bisnis Islam.

- a. Bagi Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung



Penulisan ini diharapkan berguna untuk pertimbangan atau referensi dalam karya-karya ilmiah bagi seluruh aktivitas akademik di Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan pihak lainnya.

b. Bagi masyarakat umum

Hasil penulisan ini bertujuan memberikan informasi, teori, dan pemahaman hukum mengenai Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun etika dalam berbisnis terutama bagi pelaku usaha dan juga konsumen sehingga menumbuhkan kesadaran akan hak, kewajiban dan tanggung jawab sebagai pelaku usaha.

c. Bagi penulis berikutnya

Diharapkan agar penulis lain dapat mengkaji lebih dalam ataupun membuat studi perbandingan mengenai permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan Etika Bisnis Islam serta dapat dijadikan rujukan dan tambahan pengetahuan mengenai Etika Bisnis Islam terutama yang berkaitan dengan etika pelaku usaha.

## E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari agar tidak terjadi kesalahan penafsiran dalam memahami istilah-istilah yang dipakai dalam penulisan ini, maka perlu adanya penegasan dalam istilah-istilah yang digunakan yaitu sebagai berikut:

### 1. Penegasan Konseptual

#### a. Perilaku

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.<sup>11</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.<sup>12</sup>

#### b. Pedagang

Pedagang atau Pelaku usaha adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak dikonsumsi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.<sup>13</sup> Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari.

---

<sup>11</sup> 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, No. 4, h. 331.

<sup>12</sup> <http://kbbi.web.id/perilaku>, Pada tanggal 21 September 2021, Jam 2.50

<sup>13</sup> Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014), h. 231

Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.<sup>14</sup>

c. Melayani

Pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan factor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Dalam memberikan pelayanan, pelaku usaha selalu di tuntut agar dapat memuaskan konsumen tanpa melanggar harga diri atau etika. Adanya pelayanan yang baik itu membuat konsumen merasa senang dan dihargai.<sup>15</sup>

d. Pembeli

Pengertian pembeli diambil dari istilah asing (Inggris) yaitu customer. Pembeli merupakan “seseorang atau suatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”. Ada juga yang mengartikan “setiap orang yang menggunakan barang atau jasa”.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hlm 15

<sup>15</sup> Yolanda Darma Fernandes dan Doni Marlius, *Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang*, *Jurnal Akademi Keuangan dan Perbankan Padang* (Padang, 2018), hlm 5-6

<sup>16</sup> Hendri Junedi Sihotang, *Legal Protection Of The Buyer By The Receivable Purpose Agreement By Regulation Of The Minister Of Finance No.84/Pmk.012/2006 And Presidential Regulation RI No.9 Years*, (Medan: Universitas HKBP Nomensen, 2017), hlm.36

e. Jumlah Sedikit

Jumlah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan banyaknya (tentang bilangan atau sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu)<sup>17</sup>, sedangkan arti kata dari sedikit adalah tidak banyak tidak seberapa; agak; sedikit atau banyak (untuk menyatakan sesuatu yang tidak tentu banyaknya).<sup>18</sup>

f. Etika Bisnis Islam

Adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadits. Etika bisnis Islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Oleh karenanya, bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata – mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT.<sup>19</sup>

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan penegasan konseptual diatas maka secara operasional yang dimaksud dengan “Perilaku Pedagang dalam Melayani

---

<sup>17</sup> <https://kbbi.web.id/jumlah>, diakses pada tanggal 28 Desember 2021 pukul 19.41

<sup>18</sup> <https://kbbi.web.id/sedikit>, diakses pada tanggal 28 Desember 2021 pukul 19.40

<sup>19</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2001), hlm 152.

Pembeli dalam Jumlah Sedikit Ditinjau dari Etika Bisnis Islam” yaitu penulisan yang dilakukan guna untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis perilaku pedagang dalam melayani pembeli dalam jumlah sedikit menurut tinjauan Etika Bisnis Islam. Dalam etika bisnis islam terdapat beberapa prinsip diantaranya yaitu keramah tamahan, bermurah hati dalam memutuskan segala sesuatunya dan juga akhlak yang baik. Jika hal ini dilanggar maka pelaku bisnis tidak mematuhi etika bisnis yang dianjurkan dalam Islam. Dalam hal ini pedagang tidak bermurah hati dalam memutuskan, jika pembeli mengurangi jumlah pemesanan dia tidak bersikap baik terhadap konsumen. Padahal apabila bersandar dari hadits diatas pedagang seharusnya memutuskan dengan bersikap ikhlas dan percaya bahwa rejeki sudah ada yang mengatur.

#### F. Sistematika Pembahasan

Agar penulisan ini terarah dan sistematis maka perlu disusun sistematika pembahasan.

Bab I Pendahuluan. Pada pendahuluan ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, kegunaan penulisan, penegasan istilah, kajian pustaka, metodologi penulisan dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas mengenai kajian pustaka, penulis akan menguraikan dan menjelaskan kajian teori yang berkaitan dengan etika bisnis Islam.

Bab III membahas mengenai metode penulisan meliputi jenis penulisan, lokasi penulisan, kehadiran penulis, sumber data, teknik

pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahapan-tahapan penulisan.

Bab IV paparan hasil penulisan berisi tentang paparan data (gambaran umum lokasi penulisan yang meliputi kondisi geografis dan demografi), praktik perilaku pedagang dalam melayani pembeli dalam jumlah sedikit pada Sentra Tahu Sрни di desa Nglongsor Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek, tinjauan Etika Bisnis Islam terkait perilaku pedagang dalam melayani pembeli dalam jumlah sedikit pada Sentra Tahu Sрни di Desa Nglongsor Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek.

Bab V pembahasan, berisi tentang analisis dan interpretasi yakni tinjauan Etika Bisnis Islam terkait Perilaku pedagang dalam melayani pembeli ketika berbelanja dalam jumlah sedikit di desa Nglongsor Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek.

Bab VI penutup, berisi kesimpulan dan saran dari pembahasan mengenai perilaku pedagang dalam melayani pembeli dalam jumlah sedikit yang ditinjau dari etika bisnis islam.