

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di masa globalisasi seperti saat ini, bisnis menjadi elemen dari kegiatan ekonomi dan memiliki kedudukan yang esensial pada manusia dalam memenuhi kehidupannya. Kegiatan bisnis mempengaruhi seluruh tingkat kehidupan manusia baik secara individual, sosial, regional, nasional, maupun internasional.<sup>2</sup> Setiap hari berjuta-juta manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara, maupun sebagai konsumen. Kegiatan ini berlangsung ditandai dengan adanya aktivitas tukar menukar, jual beli, memproduksi, memasarkan, bekerja, mempekerjakan serta interaksi manusiawi lainnya yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Tempat berlangsungnya kegiatan bisnis salah satunya yaitu pasar. Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli atau dengan kata lain pasar adalah tempat, daerah atau wilayah yang di dalamnya terdapat pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran hingga terbentuknya harga.<sup>3</sup> Keberlangsungan jual beli di pasar merupakan sebuah kegiatan bisnis yang terjadi oleh penjual dengan pembeli melalui penawaran harga. Selanjutnya terbentuklah keseimbangan dalam transaksi hingga terjadi kesepakatan harga

---

<sup>2</sup> Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)", *Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 01, No. 01, Desember 2015

<sup>3</sup> M.Fuad & Christin H, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 120

yang menciptakan keuntungan bagi penjual namun tidak menciptakan kerugian bagi pembeli.

Sebagai tempat berlangsungnya kegiatan bisnis, pasar mempunyai jenis fisik yang dapat dipilah menjadi dua yakni pasar modern dan pasar tradisional. Pasar modern biasanya dipenuhi oleh orang-orang dengan tingkat ekonomi yang cenderung tinggi. Sedangkan pasar tradisional biasanya dipenuhi oleh masyarakat dengan tingkat ekonomi cenderung menengah kebawah. Hal ini karena harga di pasar tradisional biasanya lebih murah dan terjangkau.

Salah satu pasar tradisional yang terletak di Desa Kauman, Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung adalah Pasar Rakyat Kauman. Pasar ini memiliki banyak pedagang yang menjual berbagai jenis kebutuhan sehari-hari.

**Tabel 1.1**  
**Rincian Pedagang Pasar Rakyat Kauman Tahun 2023**

No	Jenis Pedagang	Jumlah
1	Pedagang Alat Tani	1
2	Pedagang Ayam	25
3	Pedagang Buah	19
4	Pedagang Bunga	2
5	Pedagang Daging	8
6	Pedagang Emas	3
7	Pedagang Gerabah	20
8	Pedagang Ikan	29
9	Pedagang Jajan	38
10	Pedagang Jamu	2
11	Pedagang Kelapa	26
12	Pedagang Kosmetik	1
13	Pedagang Krupuk	12
14	Pedagang Mainan	1
15	Pedagang Nasi	21
16	Pedagang Pakaian	43
17	Pedagang Prancang	33
18	Pedagang Sayur	77
19	Pedagang Sembako	41
20	Pedagang Tahu Tempe	24
21	Pedagang Tape Singkong	5

22	Penjahit	2
23	Selipan	4
Total		437

Sumber: *Kantor Pasar Rakyat Kauman*

Dari Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa terdapat 437 pedagang yang melangsungkan usahanya di Pasar Rakyat Kauman. Rincian pedagang Pasar Rakyat Kauman di atas juga menunjukkan bahwa banyak dari mereka bukanlah satu-satunya pedagang yang menjual jenis dagangannya, akan tetapi banyak pedagang yang menjual jenis dagangan yang sama. Misalnya, terdapat 25 pedagang yang sama-sama menjual ayam, terdapat 19 pedagang yang sama-sama menjual buah, dan seterusnya. Artinya, para pedagang harus mampu bersaing dengan pesaing sesama pedagang dengan jenis dagangan yang sama. Mereka harus memiliki daya saing yang tinggi, jika tidak usahanya akan kalah dalam persaingan tersebut.

Persaingan usaha yang mengalami naik turun merupakan salah satu bentuk persaingan bisnis yang dialami oleh pedagang di Pasar Rakyat Kauman, volume penjualan merupakan bagian yang berpengaruh langsung terhadap laba pedagang. Tingkat volume penjualan yang ditetapkan mempengaruhi kualitas yang terjual, dengan demikian volume penjualan yang selalu berhubungan dengan harga, ongkos, dan biaya harus ditetapkan sedemikian rupa.

Menurut rangkuti, volume penjualan merupakan pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu

produk.<sup>4</sup> Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama pelaku usaha. Semakin besar volume penjualan yang dihasilkan, maka besar kemungkinan laba yang akan didapatkan dan besar kemungkinan pula suatu usaha meraih kesuksesan. Tingkat volume penjualan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor termasuk persaingan dan etika bisnis islam.

Menurut Porter (1994) yang dikutip oleh Kamaluddin, dkk mengatakan: “*competition is at the core of the success or failure of firm*”.<sup>5</sup> Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Persaingan akan menimbulkan dua sisi, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan-perusahaan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik bagi konsumen dan perusahaan akan semakin dinamis, sehingga persaingan akan dianggap sebagai peluang dan motivasi untuk lebih meningkatkan pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan sisi lainnya yaitu kegagalan karena memperlemah perusahaan yang bersifat statis, yang berdampak takut akan persaingan dan tidak mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga persaingan akan dianggap sebagai ancaman bagi perusahaannya.

Menurut Fakhry Zamzam dan Havis Aravik (2020) dalam buku etika bisnis islam: para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan

---

<sup>4</sup> Freddy Rangkuti, Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 57

<sup>5</sup> Amal kamaluddin, dkk, “Pengaruh Daya Saing Pasar dan Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Produk Kuliner di Bandung, Jawa Barat” 2020

berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri.<sup>6</sup> Menurut Harahap (2018) dalam buku *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif: kecurangan dalam bisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut*, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan.<sup>7</sup> Diperkuat dengan pendapat Hidayat dalam penelitiannya yang berjudul *Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam Studi Kasus Restoran Mie Akhirat*, mengatakan bahwa etika bisnis islam harus mampu dipahami dengan baik sehingga potensi kehancuran bisnis akan berkurang.<sup>8</sup> Dengan demikian kedudukan etika bisnis islam penting untuk meningkatkan volume penjualan.

Pasar Rakyat Kauman dipilih sebagai tempat penelitian karena ditemuinya masalah dalam pengamatan peneliti kepada para penjual dan observasi awal kepada pembeli di Pasar tersebut. Dalam observasi itu ditemui beberapa penjual yang semakin hari semakin sepi pembeli. Hal ini diduga karena adanya persaingan usaha antar pedagang di pasar tersebut, juga didukung dengan banyaknya jumlah pedagang di Pasar Rakyat Kauman yang memiliki jenis dagangan yang sama, sehingga memunculkan persaingan ketat yang terjadi di pasar tersebut.

Di sisi lain sering kali dijumpai beberapa pedagang yang melakukan kecurangan dalam kegiatan berdagangnya. Peneliti melakukan observasi awal

---

<sup>6</sup> Fakhry Zamzam & Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 11

<sup>7</sup> Sunarji Harahap, *Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Integratif*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018), hal. 28

<sup>8</sup> Dany Hidayat, "Pencapaian Masalah Melalui...", hal 914

sebanyak 30 orang pembeli di Pasar Rakyat Kauman. Pengambilan 30 orang pembeli ini berdasarkan pendapat Roscoe yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai 50.<sup>9</sup> Hasil yang didapat dari observasi awal diketahui bahwa dari 30 pembeli, 11 diantaranya mengaku pernah merasa di curangi oleh pedagang di Pasar Rakyat Kauman. Menurut pengakuan mereka, wujud kecurangan yang terjadi seperti menyembunyikan cacat pada barang dagangan, ketidaksesuaian kualitas yang diucapkan dengan kualitas barang yang dijual, hingga tidak diakuinya pembeli yang sudah membayar.

Sebenarnya praktik kegiatan usaha yang dilakukan para pedagang tidak jauh dari untung dan rugi. Ada yang memperoleh tingkat penjualan yang tinggi, dan ada pula yang mendapatkan tingkat penjualan rendah. Bahkan disamping mendapatkan tingkat penjualan rendah, juga mendapat protes dari konsumen atau pembeli. Tidak semua praktik usaha dilakukan dengan baik. Banyak para pelaku usaha atau pedagang melakukan segala macam cara untuk mendapatkan keuntungan yang banyak, walaupun cara itu adalah cara yang tidak baik. Padahal tujuan utama dari usaha atau perdagangan adalah selain memperoleh keuntungan dengan tingkat penjualan yang tinggi juga mendapatkan koneksi timbal balik dengan konsumen atau pembeli.

Dengan demikian, dalam melakukan praktik usaha atau berdagang perlu mengetahui etika dan pemerkuat daya saing yang baik. Hal itu tentu akan

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm. 53

membantu proses praktik usaha yang dijalankan. Sehingga para pedagang atau pelaku usaha dapat membuat usahanya menjadi semakin maju dengan tingkat volume penjualan yang tinggi.

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam Terhadap Volume Penjualan Barang atau Jasa di Pasar Rakyat Kauman Kabupaten Tulungagung”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah diartikan sebagai upaya yang mengungkapkan makna masalah, kemudian makna tersebut dapat menjadi tahap permulaan penelitian. Mengacu pada latar belakang sebelumnya, maka masalah yang perlu diidentifikasi yaitu:

1. Pengaruh persaingan usaha terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.
2. Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.
3. Faktor persaingan usaha dan etika bisnis islam terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini atas dasar latar belakang yang ada, yakni sebagai berikut:

1. Apakah persaingan usaha berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung?
2. Apakah etika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung?
3. Apakah persaingan usaha dan etika bisnis islam secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Bedasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh persaingan usaha terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh etika bisnis islam terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.
3. Untuk menguji pengaruh persaingan usaha dan etika bisnis islam secara bersama-sama terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan berguna bagi berbagai pihak yang memerlukan, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan secara teoritis dan praktis sebagai berikut:



1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menyumbangkan pemikiran untuk memperbanyak wawasan konsep persaingan usaha, etika bisnis islam dan hubungannya dengan volume penjualan barang atau jasa.

2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis mengenai persaingan usaha dan etika bisnis islam serta mengetahui pengaruhnya terhadap volume penjualan.

- b. Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk meningkatkan volume penjualan barang atau jasa yang ditawarkan.

- c. Bagi peneliti lain

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi informasi bagi peneliti lain dan bisa digunakan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan topik yang sejenis.

## **F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian**

Demi terhindar dari meluasnya pembahasan masalah dalam penelitian ini, maka ruang lingkup yang akan dibahas oleh peneliti antara lain:

1. Tempat Penelitian

- a. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Rakyat Kauman Kabupaten Tulungagung.
  - b. Penelitian ini dilaksanakan dengan mengambil sampel dari populasi seluruh pedagang di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.
2. Batasan penelitian
- Hal yang dibahas dalam penelitian ini hanya mengenai bagaimana pengaruh persaingan usaha dan etika bisnis islam terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman Tulungagung.

## **G. Penegasan Istilah**

Guna terhindar dari intepretasi yang berlainan dan supaya tidak terjadi perbedaan pemahaman, maka akan dijelaskan istilah-istilah yang ada dalam judul penelitian ini, sebagai berikut:

### **1. Definisi Konseptual**

#### a. Persaingan usaha

Persaingan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih secara terorganisasi dan terarah yang saling berusaha mendapatkan pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan.<sup>10</sup>

#### b. Etika bisnis islam

---

<sup>10</sup> B.N. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hal. 276

Etika bisnis islam adalah beberapa perilaku etis dalam bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dikemas dengan nilai-nilai syari'ah yang mengutamakan halal dan haram.<sup>11</sup>

c. Volume penjualan

Volume penjualan adalah pencapaian dalam kegiatan penjualan yang dapat dinyatakan secara kuantitatif baik dari segi fisik, volume, atau unit suatu produk.<sup>12</sup>

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional diartikan sebagai sekelompok ketentuan yang mengarahkan tentang apa yang perlu dilakukan pengamatan dan tindakan apa yang perlu dilakukan untuk mengukur variabel dalam rangka menguji kesempurnaan. Terdapat dua variabel bebas dalam penelitian ini yaitu persaingan usaha dan etika bisnis islam serta terdapat satu variabel terikat yaitu volume penjualan. Tindakan yang akan diambil dalam mengukur seberapa berpengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terikat dilakukan dengan menyediakan berbagai pernyataan berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Pernyataan tersebut akan dituangkan dalam bentuk kuesioner yang hasil dari pengisian nantinya akan dapat digunakan sebagai acuan dalam mengukur seberapa besar pengaruh persaingan usaha dan etika bisnis islam terhadap volume penjualan barang atau jasa di Pasar Rakyat Kauman.

---

<sup>11</sup> Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil", *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. IV, No. 1, Januari 2014, hal. 135

<sup>12</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Maarketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 208

## H. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian. Masing-masing bagian di dalamnya terdiri dari sub bagian. Sistematika penulisannya sebagai berikut:

### 1. Bagian Awal

a) sampul depan, b) halaman judul, c) halaman persetujuan, d) halaman pengesahan, e) motto, f) persembahan, g) kata pengantar, h) daftar isi, i) daftar gambar, j) daftar lampiran.

### 2. Bagian Utama

Pada bagian ini disajikan ke dalam enam bab. Masing-masing bab di dalamnya memiliki rincian sub bab dari bab-bab yang ada. Sistematika penulisannya sebagai berikut:

**BAB I**           Pendahuluan: a) latar belakang, b) identifikasi masalah, c) rumusan masalah, d) tujuan penelitian, e) ruang lingkup dan batasan penelitian, f) penegasan istilah, dan g) sistematika skripsi.

**BAB II**          Landasan Teori: berisi mengenai paparan teori-teori yang mendasari penelitian, adapun teori yang dipakai dalam penelitian ini yakni persaingan usaha, etika bisnis islam, dan volume penjualan. Dalam bab ke dua ini juga memaparkan penelitian sebelumnya untuk acuan penelitian, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian: a) pendekatan dan jenis penelitian, b) populasi, sampling dan sampel penelitian, c) sumber data, variabel dan skala pengukuran, d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, serta e) analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian: a) deskripsi data, b) pengujian hipotesis, dan c) temuan penelitian.

BAB V Pembahasan: berisi pembahasan dari hasil penelitian yang telah diteliti yang merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti.

BAB VI Penutup: a) kesimpulan, b) saran

### 3. Bagian Akhir

a) daftar pustaka, b) lampiran-lampiran, c) surat pernyataan keaslian skripsi, dan d) daftar riwayat hidup.