

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian masyarakat Indonesia karena pasar tradisional adalah lokasi di mana penjual dan pembeli berinteraksi langsung untuk melakukan transaksi, seringkali melalui proses tawar-menawar.² Pasar tradisional menyediakan berbagai kebutuhan pokok masyarakat dengan harga yang terjangkau. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, pasar tradisional mulai dihadapkan dengan berbagai tantangan, salah satunya adalah persaingan dari pasar modern. Persaingan bisnis merupakan kondisi di mana pelaku bisnis saling bersaing untuk mendapatkan konsumen.³

Persaingan bisnis dapat terjadi antar pelaku bisnis yang menjual produk atau jasa yang sama, maupun antar pelaku bisnis yang menjual produk atau jasa yang berbeda. Kondisi tersebut melahirkan permasalahan baru yakni menuntut pelaku bisnis untuk mengerahkan berbagai macam cara untuk bersaing secara sehat dalam menghadapi kejamnya dunia bisnis.⁴ Salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh pasar tradisional adalah memberikan kepuasan bagi pelanggan. Pelanggan merupakan bagian ekosistem penting dalam

² Abdul Wahid dan Soegiharto, *Perdagangan Tradisional di Indonesia: Peran, Tantangan, dan Peluang*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018), hal. 13

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2022), hal. 2

⁴ *Ibid...*, hal. 5

keberlangsungan bisnis karena tanpa adanya pelanggan, keberadaan bisnis mulai terancam.⁵ Oleh sebab itu, demi mempertahankan bisnisnya, diperlukannya sebuah kepuasan dari pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau puas yang dialami oleh pelanggan setelah menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau jasa.⁶

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang cepat dan pesat, persaingan dagang di pasar ini semakin meningkat sehingga banyak pedagang saling berkompetisi untuk menjual produk-produk yang dibutuhkan oleh konsumen dalam kehidupan sehari-hari.⁷ Pada sisi lain, persaingan yang semakin ketat di pasar tradisional dapat menjadi tantangan yang signifikan bagi pedagang yang ingin bersaing dan menjaga kelangsungan usaha mereka. Untuk mencapai keunggulan dalam persaingan, pedagang perlu menyediakan produk atau jasa berkualitas, menawarkan harga yang lebih kompetitif daripada pesaing mereka, dan memberikan pelayanan pelanggan yang lebih baik.⁸

Terkait hal ini, banyak pedagang di pasar tradisional mungkin telah kehilangan kesadaran tentang pentingnya menjaga etika bisnis, seperti mengutamakan kewajiban ibadah kepada Tuhan Yang Maha Esa atau menjalankan shalat tepat waktu. Namun, ada juga pedagang yang tetap mengutamakan nilai-nilai keagamaan ini karena mereka percaya bahwa, terlepas

⁵ Abdul Wahid dan Soegiharto, *Perdagangan Tradisional di Indonesia: Peran, Tantangan, dan Peluang...*, hal.15

⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 20.

⁷ Sulistyowati, *Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Persaingan dan Peluang*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2021), hal. 13

⁸ Iwan Setiawan, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2022), hal. 45

dari besarnya keuntungan atau seberapa ramainya pembeli, menjalankan ibadah dan shalat tepat waktu akan memberikan berkah pada usaha mereka.

Pasar Ngemplak merupakan salah satu pasar tradisional terbesar di Kabupaten Tulungagung. Pasar ini terletak di Kecamatan Ngemplak, dan setiap harinya dikunjungi oleh ribuan orang dari berbagai daerah. Menurut pengelola Pasar Ngemplak Tulungagung, diperkirakan total perputaran uang di Pasar Ngemplak mencapai Rp 150.000.000 per hari.⁹ Para pedagang di pasar ini menjual berbagai macam barang, mulai dari kebutuhan pokok, kebutuhan sehari-hari, hingga kebutuhan sekunder dan mayoritas pedagangnya beragama Islam¹⁰. Sebagai salah satu pusat perekonomian di Kabupaten Tulungagung, Pasar Ngemplak memiliki peran yang penting dalam menggerakkan roda perekonomian masyarakat. Keberlangsungan pasar ini tidak terlepas dari peran para pedagang, sehingga para pedagang harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar mereka merasa puas dan kembali lagi berbelanja di pasar tersebut.

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis semakin ketat sehingga para pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung harus mampu bersaing dengan pedagang lain, baik dari dalam maupun luar negeri. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan tersebut adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Etika bisnis Islam merupakan pedoman bagi para pelaku

⁹ Arta, Arta, Hasil Wawancara dengan Pengelola Pasar Ngemplak Tulungagung Pada Tanggal 7 November 2023

¹⁰ Arta, Arta, Hasil Observasi di Pasar Ngemplak Tulungagung Pada Tanggal 7 November 2023

bisnis untuk menjalankan bisnisnya secara jujur, adil, dan transparan serta menekankan pentingnya menjaga hubungan baik dengan pelanggan.¹¹

Penerapan etika bisnis Islam dalam bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan lebih loyal dan akan terus berbelanja di tempat tersebut dan berdampak positif bagi keberlangsungan bisnis. Para pembeli atau pelanggan dalam melakukan transaksi perdagangan tentunya menginginkan transaksi yang didasarkan pada prinsip etika bisnis Islam seperti kejujuran, dan bebas dari praktik penipuan serta kecurangan.¹² Pada kenyataannya beberapa perilaku yang tidak etis masih terjadi dalam transaksi perdagangan seperti pengurangan takaran dan timbangan, pencampuran barang berkualitas baik dengan yang buruk, serta penjualan barang yang dilarang dalam ajaran Islam. Selain itu, terdapat pelanggaran etika bisnis Islam dalam penetapan harga, di mana pedagang menetapkan harga yang sangat berbeda untuk konsumen yang berbeda.¹³

Pemahaman pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung tentang etika bisnis Islam masih belum optimal. Hal ini terlihat dari masih adanya beberapa pedagang yang melakukan praktik-praktik yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, yaitu menjual barang dengan kualitas yang tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan.¹⁴ Praktik ini dapat merugikan pelanggan, karena mereka akan

¹¹ M. Quraish Shihab, *Etika Ekonomi Islam: Sebuah Perspektif Islam Klasik*, (Bandung: Mizan, 2023), hal. 65

¹² Abdul Halim, *Etika Bisnis Islam: Konsep, Urgensi, dan Implementasi*, (Jakarta: Erlangga, 2022), hal. 54.

¹³ M. Syafi'i Anwar, "Pelanggaran Etika Bisnis dalam Perdagangan", *Jurnal Ekonomi Syariah: Teori dan Terapan*, Vol. 5, No. 1, Januari 2017, hal. 14.

¹⁴ Arta, Arta, Hasil Observasi di Pasar Ngemplak Tulungagung Pada Tanggal 8 November 2023

mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang mereka bayar sehingga dapat menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap pedagang.

Ada juga pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung yang menawarkan barang dengan cara yang memaksakan. Praktik ini dapat membuat pelanggan merasa tidak nyaman dan tertekan sehingga dapat membuat pelanggan tidak ingin berbelanja di tempat tersebut. Selain itu, beberapa pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung menyembunyikan informasi penting tentang produk yang dijual. Praktik ini dapat membuat pelanggan tidak dapat membuat keputusan yang tepat tentang produk yang akan mereka beli sehingga dapat membuat pelanggan merasa dirugikan.¹⁵

Berdasarkan praktek transaksi jual beli yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung di atas masih terdapat kesenjangan antara pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam dengan penerapannya dalam praktik bisnis. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti: kurangnya pengetahuan tentang etika bisnis Islam, kurangnya kesadaran akan pentingnya menerapkan etika bisnis Islam dan faktor ekonomi. Pada sisi lain, peneliti juga menemukan bahwa terdapat beberapa pedagang yang telah menerapkan etika bisnis Islam dalam bisnisnya. Pedagang-pedagang ini menunjukkan perilaku yang baik dan jujur dalam bertransaksi dengan pelanggan.

Pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung juga ada yang memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan, yaitu: menjual barang dengan kualitas

¹⁵ Arta, Arta, Hasil Observasi di Pasar Ngemplak Tulungagung Pada Tanggal 8 November 2023

yang baik dan sesuai dengan harga yang ditawarkan.¹⁶ Praktik ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, karena mereka akan mendapatkan barang yang sesuai dengan apa yang mereka bayar, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap pedagang. Ada juga pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung yang menawarkan barang dengan cara yang santun dan tidak memaksakan. Praktik ini dapat membuat pelanggan merasa nyaman dan puas, sehingga dapat meningkatkan peluang pelanggan untuk berbelanja di tempat tersebut. Selain itu, peneliti juga menemukan pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung yang memberikan informasi penting tentang produk yang dijual secara jelas dan jujur. Praktik ini dapat membantu pelanggan untuk membuat keputusan yang tepat tentang produk yang akan mereka beli, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.¹⁷

Islam telah mengajarkan bahwa aktifitas ekonomi tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai dasar yang telah ditetapkan dalam al-Qur'an, hadis Nabi dan sumber-sumber ajaran Islam lainnya. Ekonomi Islam juga membicarakan tentang aktifitas manusia dalam mendapatkan dan mengatur harta material ataupun non material dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup sebagai manusia baik secara individual maupun kolektif yang menyangkut perolehan, pendistribusian ataupun penggunaan untuk memenuhi kebutuhan hidup, hanya saja dalam ekonomi Islam segala aktifitas ekonomi tersebut harus didasarkan

¹⁶ Arta, Arta, Hasil Observasi di Pasar Ngemplak Tulungagung Pada Tanggal 8 November 2023

¹⁷ Arta, Arta, Hasil Observasi di Pasar Ngemplak Tulungagung Pada Tanggal 8 November 2023

pada norma dan tata aturan ajaran Islam yang terdapat dalam al-Qur'an, dan hadis serta sumber ajaran Islam lainnya.¹⁸

Bisnis yang mempunyai *high value* adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika seperti kejujuran, keadilan dan transparansi, sehingga memberikan dampak yang positif bagi konsumen dan hal ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnis karena bisa jadi keberhasilan suatu bisnis tergantung pada etika pelaku bisnis.¹⁹ Pemahaman dan praktik pelaksanaan etika bisnis Islam oleh pedagang khususnya pedagang di pasar Ngemplak Tulungagung sangat didambakan oleh pelanggannya karena dengan etika yang baik kepuasan pelanggan dapat tercapai.

Faktanya, masih terdapat pelanggaran etika dalam pelaksanaan bisnis, sehingga menimbulkan spekulasi tentang penerapan etika bisnis Islam oleh pelaku bisnis, khususnya pedagang di pasar. Apakah mereka tidak ingin melaksanakan etika, sehingga masih melanggar perjanjian dan memanipulasi? Ataukah mereka kurang memahami etika bisnis Islam? Ataukah mereka paham, tetapi tidak mau melaksanakannya?²⁰ Berbisnis pada hakekatnya adalah profesi yang luhur yang melayani masyarakat banyak, karena usaha-usaha bisnis berada di tengah-tengah masyarakat haruslah menjaga kelangsungan bisnisnya dengan cara menerapkan etika bisnis Islam sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

¹⁸ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Persepektif Islam Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2015), hal. 6.

¹⁹ M. Khoirul Muttaqin dan M. Irfan, "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam pandangan Islam", *Jurnal El-Faqih: Jurnal Pemikiran dan Hukum Islam*, 5. 2, (2022), hal. 189-200

²⁰ Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2003), hal. 47.

Berdasarkan uraian di atas maka penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang sangatlah penting, karena dalam suatu organisasi bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku yang jujur, adil, tidak curang, tidak khianat serta dapat menghindari sifat-sifat tercela lainnya, sehingga keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan. Hal ini yang menyebabkan peneliti tertarik untuk meneliti dengan mengangkat judul **“Etika Bisnis Islam Dalam Menumbuhkan Kepuasan Pelanggan pada Pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang tercantum diatas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian dijabarkan dalam beberapa rumusan masalah berikut:

1. Bagaimana ketauhidan dan religiulitas pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung?
2. Bagaimana kejujuran pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung?
3. Bagaimana transparansi pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung?
4. Bagaimana keadilan pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung?
5. Bagaimana keramahan dan kesopanan pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Pada prinsipnya tujuan merupakan sesuatu yang hendak dicapai dan dapat memberikan arah terhadap penelitian yang akan dilakukan. Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam perumusan masalah diatas adalah:

1. Untuk menganalisis ketauhidan dan religiulitas pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung.
2. Untuk menganalisis kejujuran pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung.
3. Untuk menganalisis transparansi pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung.
4. Untuk menganalisis keadilan pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung.
5. Untuk menganalisis keramahan dan kesopanan pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan pada pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh secara ilmiah (kegunaan teoritis) dan kegunaan praktis dari penelitian adala sebagai berikut:

1. Secara Ilmiah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan utamanya bagi peneliti maupun pembaca khususnya dalam

bidang ekonomi Islam mengenai pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Reseler Pedagang Pasar Tradisional

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sudut pandang pemikiran baru dan memotivasi semangat bagi pedagang mengenai etika bisnis Islam dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan sebagai bahan evaluasi demi kemajuan dimasa mendatang.

b. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan guna mendalami teori.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang digunakan sebagai pertimbangan referensi maupun acuan untuk penelitian selanjutnya mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam menjalankan sebuah bisnis.

E. Penegasan Istilah

Pada penelitian yang berjudul “Etika Bisnis Islam Dalam Menumbuhkan Kepuasan Pelanggan pada Pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung” peneliti perlu mempertegas beberapa istilah dalam judul penelitian ini agar tidak terjadi kesalahfahaman dalam memahaminya, yaitu sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

a. Etika Bisnis Islam

Menurut Muhammad Saifullah, etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya serta prinsip-prinsip umum yang membolehkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis.²¹

b. Kepuasan Pelanggan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.²²

c. Pedagang

Pedagang adalah orang atau badan yang melakukan aktivitas jual beli barang atau jasa. Aktivitas jual beli ini dilakukan secara terus-menerus dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Secara umum, pedagang dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu pedagang grosir dan pedagang eceran.²³

²¹ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hal. 12.

²² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, (New York: Pearson Education, 2007), hal. 172.

²³ Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Keempat*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hal. 128.

2. Secara Operasional

Penelitian ini mengarah pada bagaimana etika bisnis bisa diupayakan dan diusahakan untuk diterapkan dalam proses jual beli yang mana di dalamnya terkandung penerapan nilai-nilai etika Islam dalam berdagang seperti yang diajarkan oleh Rasulullah SAW sehingga dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan bukan sekedar mencari keuntungan semata namun lebih kepada bagaimana tercipta transaksi yang syariah penuh keberkahan dengan senantiasa mengharap ridha Allah SWT.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah susunan atau urutan yang harus diikuti dalam menulis sebuah karya tulis, baik itu skripsi, tesis, disertasi, maupun karya tulis ilmiah lainnya. Sistematika penulisan ini bertujuan agar karya tulis ini dapat disusun dengan baik, teratur, dan sistematis. Secara umum, sistematika penulisan penelitian ini yaitu meliputi:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memberikan pengenalan mengenai topik yaitu pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan di Pasar Ngemplak Tulungagung. Bab Ini juga menguraikan pertanyaan penelitian, tujuan, dan pentingnya penelitian. Selain itu, ini menyajikan gambaran singkat tentang kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian.

BAB II: KAJIAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan peneliti untuk menganalisis pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan di Pasar Ngemplak Tulungagung. Teori-teori tersebut meliputi tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang dan kepuasan pelanggan. Selain itu, bab ini juga menyajikan penelitian terdahulu dan kerangka konsep penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini. Metode studi kasus merupakan metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk mengkaji suatu fenomena secara mendalam dan holistik. Pada penelitian ini, metode studi kasus digunakan untuk mengkaji pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan di Pasar Ngemplak Tulungagung.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini menyajikan hasil studi penelitian yang dilakukan di Pasar Ngemplak Tulungagung, Jawa Timur yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pedagang yang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan, dokumentasi dan observasi di Ngemplak Tulungagung.

BAB V: PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil studi kasus yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Pembahasan dilakukan dengan menggunakan teori-teori yang telah dijelaskan pada bab 2.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan dan saran yang ditunjukkan peneliti kepada berbagai pihak yang berkepentingan dalam objek penelitian dan kepada peneliti selanjutnya untuk membahas lebih detail mengenai penerapan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh para pedagang.