

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Etika merupakan sebuah aturan atau perilaku yang berkaitan dengan suatu hal atau perkara yang baik maupun buruk, yang dimiliki oleh suatu individu atau badan (organisasi). Dalam bahasa Yunani etika dikenal sebagai *ethos* yang berarti adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir. Sedangkan dalam Bahasa Arab etika dikenal sebagai akhlak yang berarti budi pekerti, perangai dan tingkah laku². Jadi, etika merupakan aturan yang mengikat secara moral tentang hubungan manusia yang dapat dituangkan dalam aturan hukum, pedoman maupun etika profesional.

Etika bisnis adalah sebuah nilai-nilai, aturan, dan norma-norma moral yang harus dimiliki oleh semua pelaku bisnis, baik dari sisi perorangan atau individu maupun badan atau kelompok. Etika dalam arti umum atau dalam arti yang lebih luas yaitu sebuah nilai-nilai, aturan dan norma-norma moral yang digunakan oleh seseorang atau suatu kelompok sebagai pegangan atau acuan untuk melakukan suatu hal atau tingkah lakunya³.

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan antara baik, buruk, benar, salah dan prinsip-prinsip umum

² Andi Rasyid Pananrangi, *Etika Birokrat*, (Makassar: CV Sah Media, 2017), hal. 96

³ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis dalam Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, (Parepare: Nusantara Press, 2022), hal. 1

yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis. Sedangkan etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya⁴. 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.

Etika bisnis memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk atau jasa yang dipasarkan. Sedangkan kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan konsumen. Jadi, kepuasan konsumen adalah sejauh mana harapan konsumen dipenuhi atau bahkan dilebihi oleh sebuah produk atau jasa.

Etika bisnis dapat memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pelaku usaha atau bisnis. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan pelaku bisnis untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, pelaku bisnis dapat memaksimalkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Ketika pelanggan puas, maka akan tercipta hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, yang

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

dapat menciptakan dasar yang baik untuk pembelian berulang dan menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan pelaku bisnis⁵.

Dalam Islam, seseorang diperbolehkan untuk melakukan perdagangan atau kegiatan bisnis dengan mematuhi aturan atau ketentuan bisnis Islam yang sudah ditetapkan agar mendapat keberkahan dari Allah SWT di dunia dan akhirat. Etika bisnis Islam menjamin baik pelaku bisnis 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. Namun bagi sebagian pihak, mereka beranggapan bahwa tujuan berbisnis itu semata-mata hanya untuk mencari keuntungan laba saja. Maka dari itu cara apapun dilakukan demi meraih tujuan tersebut, bahkan mulai dari cara-cara yang tidak diperbolehkan dalam etika bisnis Islam sekalipun. Orang yang melakukan kecurangan memang akan memperoleh sedikit keuntungan, namun besar pertanggung jawaban di akhiratnya. Allah telah memberitahukan dalam Firman-Nya dalam surah Al Mutaffifin ayat 1-3 yaitu:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِيْنَ (۱) الَّذِيْنَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (۲)
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ (۳)

⁵ Miftakhul Huda, "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam", Jurnal El-Faqih, 5 (1), (Kediri: IAI Faqih Asy'ari, 2019), hal. 94

Artinya: “*Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.*” (QS. Al Mutaffifin: 1-3)⁶

Ayat di atas menjelaskan bahwa mencurangi timbangan merupakan perbuatan yang tidak dibenarkan dan sangat merugikan, orang-orang yang mengurangi timbangan saat ia menjual benar-benar termasuk perbuatan seseorang yang jahat, Allah SWT mengancam pada hamba-Nya yang berbuat demikian dengan siksa yang besar atau azab.

Usaha berdagang merupakan bagian dari sektor informal yang mempunyai kedudukan dan peranan yang strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Dan pedagang pasar merupakan salah satu kelompok dari sektor informal yang perlu dibina, dibimbing dan diarahkan untuk meningkatkan taraf hidupnya serta mampu meningkatkan pendapatannya⁷. Bisnis atau perdagangan yang dilakukan oleh semua pelaku bisnis hendaknya harus sesuai dengan etika bisnis Islam yang berlaku atau harus sesuai dengan kode etik dalam berbisnis. Sikap jujur dan patuh demi standar etika bisnis dapat menumbuhkan rasa saling percaya, saling menghormati antar pelaku bisnis, yang pada akhirnya akan berdampak pada efisiensi operasional bisnis dan menciptakan persaingan yang sehat dalam dunia bisnis yang dikerjakan, sehingga semua kepentingan pihak yang terkait, termasuk dari kalangan konsumen akan

⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran...*, hal. 878

⁷ Reni Pratiwi Setyawardhani, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha Pedagang di Pasar Batik Grosir Batik Setono Pekalongan*, (Surakarta: Skripsi tidak Diterbitkan, 2012), hal. 6

mendapatkan pelayanan yang memuaskan tanpa adanya pertentangan-pertentangan⁸.

Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli dan bertemunya antara permintaan dan penawaran. Dalam hal ini pasar mempunyai pengaruh yang besar terutama dalam hal meningkatkan pendapatan asli daerah yang sangat penting demi kelangsungan pembangunan baik secara terpusat maupun lokal. Pasar merupakan pusat kegiatan perekonomian yang dapat mendorong dan memperlancar kegiatan bagi masyarakat. Seperti Pasar Tradisional Desa Sambu, yang merupakan salah satu pasar yang beroperasi di Desa Sambu Kecamatan Ringinrejo Kabupaten Kediri dengan waktu operasional atau waktu buka yakni setiap hari dan berdasarkan waktunya dibagi menjadi pasar subuh dan pasar siang. Pasar Sambu ini memiliki lokasi yang cukup luas karena dapat menampung dengan jumlah pedagang keseluruhan kurang lebih 600 pedagang.

Pasar ini juga merupakan pasar yang tergolong besar karena menjadi pusat perbelanjaan di Kecamatan Ringinrejo. Pedagang pasar tradisional Sambu ini mayoritas beragama Islam atau muslim sehingga menjadi fokus penelitian mengenai etika bisnis Islam. Di pasar tradisional Sambu terdapat berbagai macam pedagang mulai dari pedagang sembako, 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 atau belum memahami

⁸ Sentot Imam Wahjono, dkk., *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hal. 31

tentang etika bisnis Islam. Sehingga hal ini mempengaruhi perilaku dagang mereka dalam memasarkan barang yang dijual. Hal ini akan menimbulkan perselisihan antara pedagang karena mereka akan lebih mengutamakan keuntungan besar daripada berdagang dengan jujur menurut aturan etika bisnis Islam yang benar⁹.

Bangunan teori etika bisnis Islam adalah konsep dasar yang digunakan sebagai acuan dalam menjalankan aktivitas bisnis yang berlandaskan kepada nilai keislaman. Pelaku usaha yang dalam menjalankan usahanya telah menerapkan etika bisnis Islam maka akan mendapatkan timbal balik yang baik karena nilai Islam pada hukum etika bisnis yang diterapkan akan menjadi sebuah kepercayaan pada konsumen, dan budaya bisnis tersebut maka akan berpengaruh juga terhadap kepuasan konsumen sehingga menjadikan bertambahnya pendapatan dari usahanya tersebut¹⁰. Maka dari itu, penerapan etika bisnis dalam Islam sangatlah penting, karena prinsip-prinsip yang terdapat dalam bisnis Islam tersebut dapat menjadikan pedoman bagi para pelaku bisnis, yang tentunya mereka akan memberi yang terbaik untuk memuaskan para konsumen mereka.

Ketika pedagang menerapkan ajaran-ajaran dan aturan-aturan yang ada pada etika bisnis Islam dalam berdagang maka hal tersebut akan mendatangkan manfaat tersendiri untuk pedagang bahkan untuk konsumen

⁹ Dheka Hesty Arline, *Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)*, (Purwokerto: Skripsi tidak Diterbitkan, 2020), hal. 83

¹⁰ M. Ikhsan Purnama, "Peran Etika Bisnis Islam pada Industri Rumahan sebagai Pedoman Usaha", *Jurnal Al Amwal*, 4 (1) (Palopo: IAIN Palopo, 2019), hal. 55

dan juga akan memperoleh kenikmatan dunia dan juga memperoleh nikmat pahala di akhirat nanti. Pada saat berdagang dengan jujur, amanah, hal tersebut juga akan mendatangkan ketentraman jiwa dan kehidupan akan tertata dengan baik.

Oleh karena itu, pemahaman akan etika bisnis Islam sangat penting untuk diterapkan pada pedagang pasar Tradisional desa Sambi untuk melakukan kegiatan berdagang dengan baik, jujur dan amanah. Sehingga agar mendapatkan keberkahan dari Allah SWT baik di dunia maupun akhirat dan tidak semata-mata untuk mencari keuntungan yang besar saja. Maka dari itu, peneliti mengangkat judul **“Penerapan Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang Sembako dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Pasar Tradisional Sambi Kabupaten Kediri)”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana perilaku pedagang sembako dalam melakukan kegiatan jual beli di Pasar Tradisional Sambi Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang sembako di Pasar Tradisional Sambi Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana dampak penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang sembako di Pasar Tradisional Sambi dalam meningkatkan kepuasan konsumen?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan tentang perilaku pedagang sembako di Pasar Tradisional Sambi Kabupaten Kediri dalam melakukan kegiatan jual beli.
2. Untuk mendeskripsikan tentang penerapan etika bisnis Islam pada perilaku pedagang sembako di Pasar Tradisional Sambi Kabupaten Kediri.
3. Untuk mendeskripsikan tentang dampak dari penerapan etika bisnis Islam pada pedagang sembako di Pasar Tradisional Sambi Kabupaten Kediri dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan bagi pihak lain. Adapun Manfaat atau kegunaan yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. 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. Secara Praktis

a. Bagi Lembaga yang Diteliti

Adanya pembuatan penelitian ini, akan berguna bagi lembaga yang diteliti, yaitu sebagai media untuk menganalisa kekurangan-kekurangan yang ada pada lembaga terkait.

b. 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.

c. Bagi Masyarakat

1) Masyarakat khususnya para pedagang bisa lebih mengetahui tentang Etika Bisnis yang seperti apa yang seharusnya diterapkan dalam kegiatan jual beli atau perdagangan.

2) Memberikan tambahan wawasan kepada pedagang maupun pembeli tentang pentingnya suatu etika bisnis Islam dalam melakukan kegiatan perekonomian.

3) Dengan adanya penelitian ini, akan tercipta sebuah perilaku dagang atau perilaku dalam jual beli sesuai ajaran syariah Islam demi memperoleh suatu keberkahan dalam hidup di dunia maupun di akhirat.

E. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Penerapan

Penerapan merupakan hal, cara atau hasil. Arti lainnya dari penerapan adalah mempraktekkan, memasang atau pelaksanaan. Penerapan (implementasi) merupakan suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang telah disusun dengan matang dan terperinci¹¹. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan merupakan sebuah tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan.

b. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan salah satu aspek dari bisnis syariah, yang menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam berbisnis berdasarkan prinsip syariah Islam¹². Etika bisnis Islam bermakna etika berbisnis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang sejalan dengan moral Islam. Pada saat ini tidak sedikit Negara-negara yang mayoritas penduduknya non-muslim melaksanakan konsep ekonomi syariah dengan pertimbangan konsep ekonomi syariah mampu bertahan dalam menghadapi risiko, seperti risiko krisis karena pondasi ekonominya kuat. Selain itu, ekonomi syariah

¹¹ Muhammad Sawir, *Ilmu Administrasi dan Analisis Kebijakan Publik Konseptual dan Praktik*, (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hal. 170

¹² Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syariah Berbisnis sesuai dengan Moral Islam*, (Yogyakarta: Sunrise, 2016), hal. 2

mempunyai etika bisnis yang lebih bersifat manusiawi, seperti tidak membolehkan melakukan hal-hal atau perbuatan yang merugikan pihak lain, melarang usaha yang bersifat haram, dan lain sebagainya. Sehingga kesejahteraan masyarakat juga akan berkembang dengan baik.

c. Perilaku Pedagang

Perilaku pedagang disini hanya dikhususkan pada pedagang yang berada di Pasar Tradisional saja atau pasar umum. Perilaku pedagang merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan yang ada di sekitar terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang¹³. Perilaku pedagang juga merupakan tindakan secara langsung yang dilakukan oleh pedagang dalam melakukan kegiatan jual beli, di mana tindakan tersebut harus dilakukan sesuai dengan aturan atau prinsip syariah Islam atau sesuai dengan aturan yang ada pada etika bisnis Islam.

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa yang dirasakan oleh seseorang dari membandingkan kinerja produk (hasil) dalam hubungannya dengan yang diharapkan¹⁴. Sedangkan kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan

¹³ Al Bara, "Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang terhadap Inflasi", *Journal Analytica Islamica*, 5 (2), 242—263 (Medan: UIN Sumatera Utara, 2016), hal. 246

¹⁴ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal. 23

konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen¹⁵. Dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen para pedagang harus teliti dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Jika produsen atau pelaku usaha dapat menghasilkan produk dan jasa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, maka konsumen juga akan merasa puas.

2. Definisi Operasional

Secara operasional yang dinamakan dengan Penerapan Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang yaitu aturan-aturan yang ada pada etika bisnis Islam atau teori-teori yang ada di dalamnya dan wajib diterapkan oleh pedagang ketika melakukan proses berdagang atau proses jual beli. Salah satu etika tersebut yaitu kejujuran dalam berdagang, maka dari itu ketika berdagang pedagang wajib jujur dalam hal apapun, dan mengatakan fakta sesungguhnya kepada pembeli. Fakta tersebut misalnya saja yaitu pedagang memiliki sifat transparan (terbuka) kepada pembeli mengenai barang dagangan yang diperjualbelikan.

F. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan skripsi ini disusun sebanyak Enam (6) bab, masing – masing bab terdiri dari:

¹⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopian, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hal.181

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan adalah awal dari skripsi yang menjelaskan atau menggambarkan gambaran umum dari isi atau pembahasan yang ada dalam skripsi. Pada bab pertama ini terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan juga sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada kajian pustaka menjelaskan tentang teori-teori yang menjadi pendukung atau penguat pada penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian ini terdiri dari 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

Hasil penelitian berisi tentang materi-materi yang sudah dikumpulkan dari berbagai sumber yang akan digunakan untuk bahan acuan atau pedoman dalam menjawab persoalan-persoalan yang akan dikemukakan dalam pembahasan.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab V yaitu pembahasan, berisi mengenai jawaban-jawaban dari rumusan masalah, jawaban mengenai permasalahan atau persoalan yang diteliti oleh peneliti.

BAB VI PENUTUP

Bab terakhir yaitu penutup. Pada bab VI ini terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan tentang permasalahan yang dibahas atau diteliti. Saran disini berupa saran peneliti yang diberikan kepada pihak-pihak yang bersangkutan dan juga saran untuk pembaca dari hasil penelitian ini.