

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu.

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya, pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain (Akhmad Mujahiddin, 2007. hlm.143).

Sesuai dengan perkembangannya dikenal dengan pasar tradisional maupun pasar modern. Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, dilaksanakan dengan manajemen tanpa perangkat teknologi modern dan mereka lebih memiliki golongan pedagang menengah ke bawah dan tersebar baik di kampung-kampung, kota-kota kecil dan kota-kota besar dengan masa operasi rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang menggunakan teknologi

modern, konsumennya dan pedagang dari golongan menengah ke atas, harga yang ditawarkan tetap dan sistem pelayannya sendiri.

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 melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang. Masalah yang rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional. Perilaku menyimpang ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dan timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram (Ema Mardiyah, Asep Suryanto, 2010, hlm. 2).

Islam sendiri mengajarkan bahwa aktivitas ekonomi tidak terlepas dari nilai-nilai dasar yang ditetapkan al-Qur'an, hadis Nabi dan sumber-sumber ajaran islam yang lain, ekonomi Islam membicarakan tentang aktivitas manusia dalam mendapatkan dan mengatur harta benda maupun bukan dalam hal memenuhi kebutuhan hidup sebagai manusia baik secara individu maupun kolektif yang berhubungan dengan perolehan, pendistribusian maupun penggunaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, namun dalam ekonomi Islam segala aktivitas ekonomi harus berdasarkan kepada norma dan tata aturan ajaran Islam yang terdapat dalam al-Qur'an dan hadis serta sumber-sumber ajaran Islam lainnya (Idri, 2015, hlm. 6).

Dalam penempatannya Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta dan kesejahteraan. Oleh karena itu, dalam melakukan bisnis harus dengan cara terbaik dan tidak melakukan kecurangan, riba, rekayasa harga dan penimbunan barang. Dewasanya perilaku seperti ini menjadi pemicu terjadinya kezaliman terhadap masyarakat. Kesadaran pentingnya etika dalam bisnis adalah kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya ketika sedang berhadapan dengan hal baik dan buruk. Manusia dihadapkan dengan apa itu kegiatan atau aktivitas yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan, halal dan haram, maka disitulah letak perbedaan antara manusia dan hewan.

Wacana dalam pemikiran ekonomi Islam, rupanya ulama dan para cendekiawan muslim telah memberikan prinsip-prinsip dan etika bisnis perihal ekonomi Islam (Hamzah Hasan, Khaeriyah 2013, hlm. 7). Diantaranya M. Qurais shihab beliau merincikan penetapan etika bisnis yaitu, kejujuran, kerahamah tamahan, penawaran yang jujur, memberikan waktu kepada pelanggan yang tidak sanggup menjawab, tidak memaksa pembeli dan tidak bersumpah dalam menjual atau melakukan transaksi, adil dalam timbangan dan takaran, tidak melakukan monopoli, tidak membenarkan adanya harga komoditi yang boleh dibatasi dan kesukarelaan (Shihab, 1997, hlm. 5-9).

Al-Qur'an adalah petunjuk tidak diragukan kebenarannya, dalam mengatur kehidupan di dunia termasuk bidang ekonomi, selanjutnya yang terkait perdagangan dan jual beli yang didalamnya membahas etika bisnis, dalam firman Allah swt. QS al-Baqarah ayat 2

ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ {٢}

“Kitab (Al Qur’an) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertaqwa” (Kementrian Agama RI, 2010 : 2).

Adapun permasalahan bagi perekonomian Islam adalah banyaknya praktek perekonomian pada sebagian masyarakat Islam yang jauh dan bahkan tidak sesuai dengan nilai-nilai Syariah. Misalnya, melakukan penipuan dan kecurangan dalam berdagang padahal dilarang, sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah QS al-Mutaffifin ayat 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ {١} الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ

{٢} وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ {٣}

“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain mereka mengurangi” (Kementrian Agama, 2010 : 585).

Dari penjelasan ayat di atas tersirat pengertian segala macam bentuk kecurangan atau penipuan dilarang dalam hal untuk memperoleh kekayaan terutama bagi pelaku bisnis (Sjahdeni, 2014, hlm. 29-30). Kemudian tentang jual beli atau perdagangan yang tidak dilakukan secara suka sama suka namun dilakukan secara batil, mengeksploitasi, mengintimidasi dan memaksa. Allah berfirman Q.S al-Nisa ayat

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا {٢٩}

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Kementrian Agama RI, 2010 : 83).

Ayat di atas menegaskan ketentuan dalam jual beli atau berdagang yang harus dilakukan suka sama suka, tidak boleh dengan cara batil seperti mengeksploitasi, mengintimidasi dan memaksa. Selanjutnya kondisi yang harus dihilangkan dalam menciptakan suatu hal untuk saling ridha ialah terbebasnya transaksi jual beli dari proses menipu (Hamzah, 2013, hlm. 153). Rasulullah saw, sebagai pelaku bisnis menerapkan ekonomi yang berdasar kejujuran sebagai etika dasar dengan tidak mengunggulkan dan menyembunyikan barang dagangannya melainkan berdasar kepada realita Rasulullah saw., bersabda;

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنْ نَبِيِّ التَّاجِرِ الصَّادِقِ الْأَمِينِ مَعَ التَّائِبِينَ وَالصَّادِقِينَ
وَالشُّهَدَاءِ

“Dari Abu Said dari Nabi saw. berkata: pebisnis yang jujur dan terpercaya bergabung dengan para Nabi, orang-orang benar (Siddiqin) dan para Shuhada (pada hari kiamat) (At-Turmudzi, 1400, hlm. 515).

Pada hakikatnya tujuan dari praktik aturan syariah bidang *muamalah* tersebut terkhusus perilaku bisnis ialah untuk terciptanya pendapatan atau keuntungan yang berkah, sehingga mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilitas untuk mencaoai pemenuhan kebutuhan, kesempatankerja secara penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan atau ketidakadilan yang berkepanjangan dilingkungan masyarakat.

Etika bisnis secara istilah dapat diartikan suatu perbuatan standar yang memimpin individu mengambil keputusan (Buchari, 2003, hlm. 52). Sedangkan bisnis sendiri merupakan pertukaran barang dan jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat terhadap semua pihak (Ika, 2014, hlm. 3). Menurut para peneliti bahwa etika bisnis ialah penerapan standar moral kegiatan pertukaran barang dan jasa ataupun uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat terhadap masyarakat. Bisnis yang sesungguhnya ialah bisnis yang tidak mengabaikan etika, sehingga menciptakan dampak positif bagi konsumen. Hal ini sangat penting untuk keberlangsungan bisnis karena bisa jadi keberhasilan suatu bisni tergantung pada etika para pelaku bisnisnya, pelaksanaan etika bisnis terhadap masyarakat sangat didambakan oelh semua orang, terkhusus masyarakat pedagang yang ada di pasar Mangkikit Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur yang notaben pedagangnya adalah masyarakat Islam. Namun berdasarkan faktanya, masih banyak pelanggaran etika dalam melaksanakan bisnisnya, sehingga menimbulkan spekulasi bagi pelaku bisnis dalam hal ini para pedagang yang ada di pasar Mangkikit terkait tentang penerapan

etika bisnis Islam. Apakah para pedagang tidak ingin melaksanakan etika ini secara murni sehingga mereka masih melanggar perjanjian . ataukah mereka kurang mengerti dan memahami etika bisnis Islam, ataukah sebenarnya mereka paham namun tidak menerapkannya (Buchari, 2003, hlm. 47).

Bertitik tolak dari pembahasan di atas, maka praktik etika bisnis dalam berdagang sangatlah penting, karena dalam bisnis tentulah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil, objektif, tidak curang, tidak khianat dan hal-hal tercela lainnya, sehingga keberadaan bisnis dapat saling menguntungkan antara penjual dan pembeli (Aedi, Hasan, 2011, hlm. 7).

Pada penerapan perekonomian ini hendaknya memberikan kewajiban dan tanggung jawab yang seimbang pada kesetaraan dan kelestarian seluruh umat manusia. Karena, Rasulullah sangat menghargai harga yang adil yang terbentuk di pasar. Dalam Islam nilai-nilai moralitas yang meliputi keadilan, kejujuran dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi para pelaku bisnis. Nilai-nilai tersebut adalah cerminan dari keimanan seorang Muslim terhadap Tuhannya. Praktek nilai-nilai moral dalam kehidupan bisnis yang harus didasari secara personal oleh setiap pelaku bisnis, yang artinya setiap pelaku bisnis boleh berdagang dengan tujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan tapi juga mencari keberkahan.

Oleh karena itu, permasalahan yang menyangkut dengan praktek etika didalam berbisnis harus lebih ditingkatkan lagi agar penilaian dan kepuasan konsumen mendapat tanggapan yang positif.

Dan bisa jadi keberhasilan dan keberlangsungan bisnis dipengaruhi oleh pelaku bisnis dalam beretika. Akan tetapi keadaan seperti itu belum terlaksana secara baik di Pasar Mangkikit Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur, hal tersebut yang menyebabkan peneliti tertarik untuk meneliti dengan mengangkat judul “*Praktik Etika Bisnis Pedagang Pakaian Di Pasar Mangkikit Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur Perspektif Etika Bisnis Islam.*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan agar penelitian ini lebih terarah, maka perlu diberikan rumusan masalah sebaai berikut:

1. Bagaimana Praktik Etika Bisnis pedagang pakaian di pasar Mangkikit Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur?
2. Bagaimana Perspektif etika bisnis Islam terhadap Praktik Etika Bisnis pedagang pakaian di pasar Mangkikit Kotawaringin Timur?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui praktik etika bisnis pedagang pakaian di pasar Mangkikit Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur.
2. Untuk mengetahui Perspektif etika bisnis Islam terhadap Etika Bisnis pedagang pakaian di pasar Mangkikit Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari penelitian ini untuk menambah wawasan atau pengetahuan baik dari segi akademisi maupun dalam kehidupan sehari-hari yaitu sebagai berikut:

1. Secara teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi untuk menambah wawasan pemikiran ilmiah yang dapat menambah wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu ekonomi Islam mengenai konsep etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah saw.
2. Kegunaan praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi pedagang pakaian dalam menerapkan etika bisnis Islam yang ada di pasar Mangkikit Kotawaringin Timur khususnya dan umumnya menjadi pertimbangan pemerintah setempat untuk menerapkan etika bisnis Islam tersebut keseluruh pasar yang ada di daerah kotawaringin.

E. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional yang dimaksud adalah sebagai penegas judul dari penelitian ini sebagai berikut:

1. **Praktik** merupakan suatu tindakan yang domain utamanya ialah sikap (KBBI, v1.1), namun sikap tersebut tidak otomatis terwujud dalam tindakan. Suatu sikap terwujud menjadi tindakan yang nyata diperlukan faktor yang menjadi pendukung atau kondisi yang memungkinkan terjadinya sebuah tindakan. Praktek yang dimaksud disini adalah sikap atau tindakan para pedagang pasar Mangkikit dalam praktek etika bisnis berdagang yang meliputi pelayanan, cara menarik pembeli, proses penetapan harga, menjaga kebersihan, kejujuran, bersedekah, sikap sportif, pemilihan barang sesuai tren dan pengolahan toko.
2. **Etika bisnis Islam** merupakan serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang dan jasa) termasuk marginnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan dayaguna hartanya sebab aturan halal dan haram (Mustaq, 2003 : 38). Yang dimaksud dari etika bisnis Islam disini adalah etika berbisnis yang diterapkan pedagang pakaian di Pasar Mangkikit Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur.
3. **Pedagang** merupakan orang yang mencari nafkah dengan cara berdagang barang-barang kebutuhan pokok atau barang dalam kehidupan sehari-hari (KBBI, v1.1). Dalam hal ini barang yang di jual merupakan pakaian di antaranya termasuk kategori kebutuhan sandang. Pedagang yang dimaksud disini adalah para

pedagang penjual pakaian yang berada di Pasar Mangkikit Sampit Kabupaten Kotawaringin Timur.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini ditujukan sebagai salah satu kebutuhan yang berguna untuk memberikan penjelasan dan batasan terhadap pemahaman informasi. Ada beberapa rujukan penelitian dari penelitian terdahulu, yang dimaksud sebagai bahan pertimbangan, perbandingan, penelitian yang mana memberi kontribusi yang besar untuk mencari teori dan konsep-konsep yang dapat dijadikan landasan teoritis bagi penelitian yang hendak dilakukan yaitu sebagai berikut :

Penelitian Sayyid Ali “Praktik Jual Beli di Kalangan Habaib di Kota Palangka Raya dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Disimpulkan sebagai berikut :1. Konsep jual beli yang diterapkan sangat berpegang pada nilai etis yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan. 2. Terdapat nilai yang teraktualisasi dalam praktek jual beli dikalangan para habaib. 3. Memiliki karakter yang menjunjung segi ibadah dalam praktek jual beli dalam perspektif etika bisnis islam (Sayyid Ali, Skripsi 2018).

Penelitian Putri Mahfi, yang berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli *Online* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo”. Disimpulkan sebagai berikut:1. Praktik jual beli yang dilakukan sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam namun ada beberapa prinsip yang belum

diterapkan. Tujuan penjual *online* sudah menerapkan prinsip kesatuan dan kehendak bebas dalam prakteknya namun dalam prinsip keseimbangan, prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran beberapa penjual lainnya belum menerapkan (Putri Maghfi, Skripsi 2020).

Penelitian Heri Irawan, yang berjudul: Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai. Disimpulkan bahwa: mayoritas pedagang sembako di pasar sentral Sinjai memahami etika bisnis Islam seperti dicontohkan Rasulullah dalam berdagang. Namun, masih ada yang tidak tahu mengenai etika bisnis islam dan masih ada yang kurang paham. Dalam penelitian ini sebagian pedagang telah menerapkan etika bisnis islam seperti yang dicontohkan Rasulullah terkait dengan kejujuran, sikap *amanah*, *fathanah*, dan *tablik*. Tidak dapat dipungkiri pula bahwa masih terdapat beberapa pedagang yang enggang menerapkan etika bisnis islam (Heri Irawan, Tesis 2017).

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika dari penulisan terbagi menjadi beberapa bab, sebagai berikut :

Bab I, merupakan pendahuluan yang menjelaskan mengapa penelitian ini menarik untuk diteliti, apa saja yang ingin diteliti dan juga untuk apa penelitian ini dilakukan. Pada bab ini diuraikan mengenai suatu latar belakang masalah penelitian,

perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, defenisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penelitian.

Bab II, menguraikan tentang teori-teori yang menjadi acuan dasar penelitian terkait dengan penelitian dan kerangka fikir.

Bab III, menjelaskan tentang sebuah gambaran proses penelitian yang dilakukan dan disesuaikan dengan sebuah teori yang diuraikan pada bab sebelumnya yang dimana pada metode penelitian ini meliputi pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek, metode penelitian.

Bab IV, yakni berisikan analisis data dan pembahasan bab ini menjelaskan mengenai sebuah gambaran umum dari penelitian, dan pembahasan hasil analisis penelitian.

Bab V , penutup yang merupakan bab terakhir dari penelitian ini. Dalam bab ini berisikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penulisan skripsi, dan juga saran akademi dan praktisi.