

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah khalifah di muka bumi, Islam memandang bahwa bumi dan segala isinya merupakan amanah Allah kepada sang khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama.<sup>1</sup> Pada umumnya manusia mempunyai banyak kebutuhan yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidupnya. Berbicara mengenai kebutuhan. Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia. Orang membutuhkan udara, makan, tempat tinggal, pakaian untuk bertahan hidup. Kebutuhan-kebutuhan ini menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.<sup>2</sup>

Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat memenuhi kebutuhan sendiri secara individual, ia memerlukan bantuan orang lain dalam upaya memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Untuk itu manusia bergabung dengan manusia lainnya baik secara formal maupun nonformal, mereka berkomunikasi satu sama lainnya dalam memenuhi kebutuhan, maka disinilah kemudian terjadi transaksi atas penukaran barang dan jasa, dari sini pula sejarah bisnis dimulai.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema insan press, 2001), hlm.3.

<sup>2</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, ed. 13, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 12.

<sup>3</sup>Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009), hlm.4.

Islam Menekankan agar aktivitas bisnis manusia dimaksudkan tidak semata-mata sebagai alat pemuas keinginan, tapi lebih pada upaya pencarian kehidupan berkeeseimbangan (dunia-akhirat) disertai perilaku positif.<sup>4</sup> Islam sangat menganjurkan umatnya untuk beribadah kepada Allah agar mendapat balasan di akhirat nanti, dan juga sangat menganjurkan untuk berusaha di dunia seperti berusaha dan bermuamalah. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Jumu'ah/62:10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

”Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.<sup>5</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setelah kita melakukan kewajiban Allah menyuruh hamba-Nya untuk mencari karunia dan rahmat serta selalu mengingatkannya dalam keadaan apapun. Sehingga apa yang kita lakukan mendapat kemudahan serta ridha dari-Nya atas segala yang kita lakukan, dalam ayat ini juga terkandung bahwa Allah tidak membatasi umat untuk bekerja keras demi memenuhi apa yang menjadi kewajiban seorang muslim, namun seorang muslim

---

<sup>4</sup>Idri dan Titik Triwulan Tutik, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta: lintas Pustaka, 2008), hlm.1.

<sup>5</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Qur'an Tajwid dan Terjemahannya* (Jakarta:Maghrifah Pustaka,2006), hlm.809.

pastinya mengetahui batasan-batasan dalam bekerja dan berusaha tanpa keluar dari syariat Islam.

Dalam mengarungi kehidupan, termasuk dalam memenuhi kebutuhan bidang ekonomi, manusia dihadapkan pada persoalan bagaimana menyikapi diri dan orang lain agar terhindar dari perilaku negatif sehingga tidak merugikan diri dan orang lain. Untuk itu, manusia dibekali dengan norma, etika, aturan dan nilai baik yang berasal dari Tuhan maupun hasil pemikiran manusia yang dapat dijadikan sebagai kerangka acuan (*trem of reference*) untuk bertindak dan memilih perilaku yang baik atau yang buruk, benar atau salah, diperbolehkan atau dilarang, dan sebagainya. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap, dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah. Inilah yang dikenal dengan istilah etika.<sup>6</sup>

Etika dagang dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terzalimi, dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang

---

<sup>6</sup>Idri dan Titik Triwulan, *op.cit.*hlm.5

pembisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi,<sup>7</sup> Dalam jual beli kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang, karena jual beli merupakan bisnis yang dilakukan di masyarakat sebagai wadah dan tempat yang menjadi tumpuan harapan hidup bisnis itu sendiri. Maraknya kasus ketidakjujuran, penipuan atau pengurangan takaran dan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak pembeli.

Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahukan apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang. Oleh karena itu, informasi merupakan hal yang sangat penting yang dibutuhkan setiap konsumen.

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen, Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-An'am/6: 52

وَلَا تَقْرُبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ۗ  
 لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۗ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ  
 وَصَّكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٦﴾

“Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Dan apabila kamu berbicara, bicaralah sejujurnya, sekalipun dia kerabat(mu) dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat”.<sup>8</sup>

<sup>7</sup>Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Ekonisia,2004) hlm. 29.

<sup>8</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Op.cit.*, hlm. 199.

Di dalam berniaga atau berbisnis Rasulullah SAW juga menganjurkan mempunyai kewajiban bermoral seperti : jujur, amanah, dan paham segala aspek perdagangan.<sup>9</sup> Sebagaimana hadits Nabi Muhammad SAW.

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّ وَالصَّادِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الترميدزي )

“Pedagang yang jujur lagi terpercaya, adalah bersama para Nabi, orang-orang yang benar dan para syuhada. (Riwayat Tirmidzi)”<sup>10</sup>

Sebagai pelaku bisnis (wirausaha) suatu perusahaan apapun, ia dituntut memiliki kekuatan dan nilai-nilai yang mampu menjunjung tinggi bisnisnya (*superior*). Dapat dipercaya atau jujur, adalah sebagian dari nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi oleh pengusaha muslim.<sup>11</sup>

Realitanya sekarang ini pedagang banyak yang tidak jujur salah satunya dengan menghalalkan segala cara dalam menjual barangnya untuk mendapatkan keuntungan, dan sangat mengecewakan pembeli atas perilaku para pedagang yang melakukan hal itu. Penelitian ini dilakukan di kota Banjarmasin Timur, dimana di kota ini banyak perilaku pedagang paket data internet yang menjual produknya tidak sesuai dengan strategi promosi dan melanggar etika bisnis Islam yaitu menjual paket data internet dengan promosi tetapi ketika konsumen membeli harganya berbeda dengan yang tertera malah lebih mahal. Dan ada juga pedagang yang menjual paket data internet dengan promosi tetapi masa aktif paket data tersebut hanya aktif dua hari bahkan ada yang satu hari, ini kah yang dinamakan

<sup>9</sup>Faisal Badroen, et al. eds, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta:Kencana,2006),hlm.156.

<sup>10</sup>Hamzah Ya'qub, *Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1992), hlm. 27.

<sup>11</sup>Muh. Yunus, *Islam dan Kewirausahaan Inovatif*, (Yogyakarta: Uin-Malang Press, 2008), hlm. 232-233.

promosi. Dan kasus lainnya lagi pedagang menjual paket data internet dengan promosi tetapi masa aktif paket data tersebut sangat singkat dan itu tidak di beritahukan kepada konsumen, kecuali konsumen bertanya langsung kepada pedagang untuk menanyakan berapa lama masa aktif paket data tersebut dan baru dikasih tahu bahwa paket data tersebut waktunya sangat singkat, lalu dimana letak kejujurannya. Padahal yang dimaksud dengan promosi yaitu upaya untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebar luaskan suatu produk agar konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut, dan syarat produk yang digunakan untuk promosi harus mempunyai kelebihan bukan kekurangan dan itu harus disampaikan kepada konsumen. Jika para pedagang tidak jujur dalam melakukan promosi seperti halnya permasalahan di atas, maka konsumen tidak akan tertarik pada produk tersebut dan itu akan mengakibatkan kerugian bagi pedagang sendiri.

Dengan adanya perilaku pedagang dalam promosi paket data internet yang sudah penulis uraikan di atas, maka penulis akan menguraikan pengalaman yang pernah dialami pembeli yaitu teman-teman penulis sendiri diantaranya yang bernama Dadan, saat Dadan melintas di kota Banjarmasin Timur melihat kios yang berjualan paket data internet dengan bertuliskan promosi yang mana harganya sangat murah kemudian dia membeli paket data tersebut dan dia bertanya kepada pedagang tentang masa aktif paket data internet itu, lalu pedagang itu menjawab bahwa masa aktif paket data tersebut masih lama, dan kemudian dibeli oleh Dadan lalu digunakannya dan ternyata masa aktifnya tidak

sampai 2 hari dan dia sangat kecewa bahkan berniat tidak akan lagi membeli paket data internet di tempat itu.<sup>12</sup> Kejadian tersebut sering terjadi.

Indra merupakan salah satu pembeli paket data internet promosi, dia juga pernah tertipu saat membeli paket data internet, di mana saat itu Indra melihat paket data internet promosi di spanduk di depan kios dengan harga yang sangat murah, kemudian Indra menghampiri kios pedagang tersebut bermaksud ingin membelinya namun ternyata harganya lebih mahal dari yang tidak promosi dan Indra bertanya kepada pedagang tentang harga yang berbeda dengan yang ada di spanduk, lalu pedagang itu menjawab, bahwa itu promosi tidak berlaku lagi dan lupa untuk menggantinya, padahal setahu Indra promosi itu baru-baru saja di pasang.<sup>13</sup>

Kejadian yang pernah dialami ibu Fitri, beliau pernah membeli paket data internet promosi setelah digunakan ternyata masa aktifnya tidak lama dan itu tidak diberitahukan oleh pedagangnya tentang kualitas barang tersebut dan harga yang sangat mahal dibuat oleh pedagang.<sup>14</sup>

Disinilah terlihat letak etika bisnis Islam yang dilanggar oleh pedagang dari apa yang sudah dianjurkan dalam syariat Islam.

Dari uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti yang dituangkan dalam sebuah naskah skripsi yang berjudul. ” Etika Bisnis Para Pedagang Dalam Promosi Paket Data Internet di Banjarmasin Timur”.

---

<sup>12</sup>Dadan, Pembeli Paket Data Internet Promosi, *Wawancara* tanggal 2 Desember 2017

<sup>13</sup>Indra, Pembeli Paket Data Internet Promosi, *Wawancara* tanggal 2 Desember 2017

<sup>14</sup>Fitri, Pembeli Paket Data Internet Promosi, *Wawancara* tanggal 2 Desember 2017

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana Etika Para Pedagang Dalam Promosi Paket Data Internet di Banjarmasin Timur?
2. Faktor Yang Mempengaruhi Para Pedagang Dalam Promosi Paket Data Internet di Banjarmasin Timur?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Etika Para Pedagang Dalam Promosi Paket Data Internet di Banjarmasin Timur.
2. Untuk Mengetahui Faktor Yang Melatar Belakangi Para Pedagang Dalam Promosi Paket Data Internet di Banjarmasin Timur.

## **D. Signifikansi Penelitian**

Adapun signifikansi penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu signifikansi secara teoritis dan secara praktis, yaitu:

1. Aspek Teoritis

Bahan ilmu ekonomi Islam. Khususnya ekonomi syariah dalam aspek etika bisnis dalam promosi paket data internet dan faktor yang melatarbelakangi perilaku pedagang, dan memberikan kontribusi

pengetahuan dalam memperkaya khazanah perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

## 2. Aspek Praktis

Bahan pedoman bagi mereka yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut pada permasalahan yang sama dari sudut pandang yang berbeda.

### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami maksud dari penelitian ini, maka penulis berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Etika adalah ilmu pengetahuan asas-asas akhlak (moral).<sup>15</sup> Etika yang dimaksud dalam penelitian ini adalah etika dalam promosi paket data internet.
2. Bisnis adalah usaha dagang atau usaha komersial dalam dunia Perdagangan.<sup>16</sup> Bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bisnis yang dilakukan oleh para pedagang dalam promosi paket data internet.
3. Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang.<sup>17</sup> Pedagang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang yang menjual promosi paket data internet untuk kebutuhan masyarakat di Banjarmasin Timur.

---

<sup>15</sup>W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, diolah kembali oleh Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional (Jakarta:Balai Pustaka,2006), hlm. 326.

<sup>16</sup>Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), cet. 3, hlm. 121.

<sup>17</sup>*Ibid*, Hlm. 229.

## F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran terhadap penelitian terdahulu, ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini, penelitian yang dimaksud adalah:

*Pertama*, penelitian oleh Lini dengan NIM 1301150151, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin dengan judul “Perilaku Pedagang Di Majelis Nurul Mihibbin Balangan Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”. Penelitian ini membahas tentang perilaku pedagang terhadap pembeli, dimana sekarang ini sering sekali terjadi kecurangan kepada pembeli seperti tidak jujur.

Penelitian ini bersifat penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Dimana dalam penelitian ini terdapat kesamaan yang sangat signifikan yaitu sama-sama membahas tentang etika bisnis dalam berdagang yang bertempat di Majelis Nurul Muhibbin Balangan. Namun juga terdapat perbedaan yaitu terletak pada subjek penelitian.<sup>18</sup>

*Kedua*, Penelitian oleh Endang Tri Astuti dengan NIM 0701157981, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin dengan judul “Etika Pedagang Kaset Bajakan Terhadap Konsumen” Penelitian ini berlatar belakang karena maraknya penjualan kaset video bajakan sedangkan para pedagang merasa aman-aman saja berdagang meskipun ada aturan hukum yang melarang atas pelanggaran ini.

Penelitian ini bersifat penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa etika para pedagang kaset

---

<sup>18</sup>Lini, “Perilaku Pedagang Di Majelis Nurul Mihibbin Balangan Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam” (Skripsi tidak dibukukan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2017).

video bajakan dapat merugikan para pembeli kaset video bajakan tersebut meskipun para pedagang mengetahui bahwa kaset video itu bukan original atau asli namun karena harganya yang minim mereka tetap membelinya. Ada kesamaan yang penulis temukan dalam penelitian ini yaitu sumber utamanya adalah pedagang. Namun, perbedaannya terletak pada penelitian Endang Tri Astuti membahas tentang larangan atas jual beli kaset bajakan dan pelayanan pedagang terhadap pembeli atau konsumen, sedangkan penelitian yang akan dilakukan mengangkat tentang etika bisnis para pedagang dalam promosi paket data internet di Banjarmasin Timur.<sup>19</sup>

*Ketiga*, Penelitian oleh Fariihah dengan NIM 1110046100156, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Etika dan Perilaku Bisnis Islam Pedagang Pada Kawasan Pasar Palmerah”. Penelitian ini membahas serta menekankan kepada pedagang karena kurang memberikan keterbukaan atau kejujuran, sehingga dikhawatirkan ada ketidak nyamanan dari pembeli apabila barangnya tidak sesuai dari apa yang dijual oleh pedagang.

Penelitian ini bersifat penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Adapun kesamaan yang penulis temukan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang etika bisnis dalam berdagang. Namun juga terdapat perbedaan yang cukup signifikan yaitu terletak pada subjek penelitian yang mana saudari Fariihah melakukan penelitiannya di kawasan Pasar Palmerah Jakarta

---

<sup>19</sup>Endang Tri Astuti, “Etika Pedagang Kaset Bajakan Terhadap Konsumen” (Skripsi tidak dibukukan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2007).

sedangkan penulis melakukan penelitiannya pada pedagang paket data internet di Banjarmasin Timur.<sup>20</sup>

### **G. Sistematika Penulisan**

Bab I pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan alasan memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang tergambar dirumuskan dalam rumusan masalah, kemudian disusun tujuan penelitian yang merupakan substansi dari hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan manfaat dari hasil penelitian yang dilakukan. Definisi operasional merupakan bentuk dari batasan-batasan istilah dalam penelitian yang bermakna umum dan luas. Kemudian sebagai rujukan dalam penelitian maka diambil kajian pustaka dari skripsi-skripsi terdahulu agar memudahkan penelitian dan menjaga kebenaran originalitas penulisan. Sistematika penulisan merupakan tata cara penulisan skripsi yang bersifat sistematis serta terstruktur secara keseluruhan.

Bab II Landasan Teori, yang dapat menjelaskan, menguraikan dan menformulasikan berbagai elemen teori sehingga membentuk suatu format pemikiran teoritis yang utuh, logis, kritis, dan sistematis. Sehingga dapat menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh.

Bab III Metode Penelitian, terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan

---

<sup>20</sup> Fariihah, "Etika dan Perilaku Bisnis Islam Pedagang Pada Kawasan Pasar Palmerah" (Skripsi tidak dibukukan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011).

analisis data, kemudian untuk mengetahui alur penelitian dari awal sampai akhir maka dibuat tahapan penelitian yang sistematis.

Bab IV Laporan Hasil Penelitian, berisi gambaran umum lokasi penelitian, penyajian serta analisis data terhadap penelitian berdasarkan teori yang telah disusun serta jawaban atas rumusan masalah.

Bab V Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.