

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan hidup tidak akan pernah lepas dalam kehidupan manusia sehingga manusia itu diuntut untuk memenuhi kehidupannya tersebut, salah satu usaha yang dilakukan manusia dalam memenuhi kebutuhannya tentu memerlukan tempat yang namanya pasar. Semula pasar berarti suatu tempat di mana pada hari tertentu para penjual dan para pembeli dapat bertemu untuk jual beli barang. Para penjual menawarkan barang dengan harapan dapat laku terjual dan memperoleh sekedar uang sebagai gantinya. Para konsumen datang kepasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar harganya. (Gilarso, 2004, hal. 109). Sekarang ini bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, tapi juga pasar bisa menjadi suatu wadah berinteraksi sosial antar masyarakat.

Pasar juga merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian masyarakat. Karakteristik kebutuhan manusia dalam analisis teori ekonomi bahwa kebutuhan manusia itu cenderung tidak terbatas dan setiap manusia mempunyai kecenderungan pula bagaimana cara memenuhi kebutuhannya masing-masing. (Suprayitno, 2008, hal. 5a).

Secara sederhana pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Sedangkan menurut kajian Ilmu Ekonomi pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu

barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang di perdagangan. Jadi setiap proses yang mempertemukan antara penjual dan pembeli, maka akan membentuk harga yang di sepakati antara penjual dan pembeli. (Suprayitno, 2008, hal. 205b). Dengan demikian perkataan jual beli adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan satu pihak lagi membeli. (Lubis, 2000, hal. 128). Firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nisa/4:29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْباطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ قَلِيلًا وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ قَلِيلًا إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (29)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang Padamu”. (Q.S. An-Nisa/4:29) (RI, 2003, hal. 83).

Perilaku pelaku ekonomi tidak lepas dari kualitas moral yang mengendalikan perjalanan hidupnya. Semakin teguh dan konsisten mereka memegang nilai dan moral, niscaya akan semakin konsisten memperhatikan hak dan kewajiban berekonomi. Dampak yang kian terasa dan kian meluas di Indonesia adalah semakin banyaknya masyarakat yang hidup di bawah garis

kemiskinan. Kondisi ini sangat erat hubungannya dengan kian runtuhnya nilai moral di kalangan para pelaku ekonomi di negara ini. (Djakfar, 2007, hal. 3).

Di dalam islam moral atau etika bisa juga di sebut dengan akhlak. Kesatuan antara ekonomi dengan akhlak akan terlihat di berbagai langkah yang berkaitan dengan motivasi ekonomi dan bisnis, produksi, distribusi, iklan, konsumsi dan sebagainya. Berbagai kegiatan setiap muslim dan beriman, baik sebagai pribadi, pengusaha, pemimpin negara, maupun masyarakat, di batasi oleh ketentuan syariat. (Harahap, 2011, hal. 78a). Etika ekonomi, politik, dan juga bisnis tidak bisa lepas dari dua sumber ini, yaitu ada Al-Qur'an dan Rasulullah sendiri adalah praktisi berbagai hal, termasuk dalam melaksanakan bisnis. Muhammad saw. Sebelum memangku kenabian adalah partner kerja sama bisnis dengan Khadijah yang akhirnya menjadi istri tercintanya. Praktek bisnis yang beliau lakukan menjadi sumber etika dan praktek bisnis islami. (Harahap, 2011, hal. 73b).

Dalam berbisnis kebanyakan masyarakat selalu ingin mencari laba yang besar. Jika ini yang menjadi tujuan utamanya. Maka seringkali mereka menghalalkan berbagai cara agar mendapatkan laba yang besar. Maka hal ini sering terjadi hal negatif dan akhirnya menjadi kebiasaan. Sifat tidak baik adalah apabila seseorang banyak berbicara dan banyak berbohong, bila di percaya selalu berkhianat, janji sering tidak di tepati, punya utang selalu di tunda-tunda pembayarannya bahkan mengelak membayar jika punya kekuasaan, mempersulit orang lain dan tidak pernah memberi kemudahan dalam hal menagih piutang, berlaku tidak manusiawi dan sebagainya. Dan perilaku tersebut tidak sesuai

dengan etika bisnis islam. (Alma, 2009, hal. 131a). Sebagaimana Rasulullah SAW bersabda :

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى. (رواه البخاري)

Artinya: “Dari Jabir r.a berkata bahwasanya Rasulullah SAW bersabda: Allah mengasihi orang yang bermurah hati waktu menjual, waktu membeli dan waktu menagih piutang”. (H.R. Bukhari) (Ahmad, 2002, hal. 453).

Setiap sistem ekonomi memiliki ciri khasnya masing-masing yang membentuk fondasinya, dari fondasinya itulah dapat di bedakan dan di kenali. Di sisi lain, islam menganut keadilan dan kejujuran di lapangan ekonomi. Menurut islam, manusia adalah khalifah atau wakil tuhan dalam seluruh rencana tuhan, dan telah di berikan hak kepemilikan terbatas atas alat-alat produksi. Islam mengakui adanya campur tangan negara dalam kegiatan ekonomi demi menjamin kesejahteraan warganya. Penghapusan bunga pelemagaan sedekah dan zakat, konsep halal dan haram, distributor kekayaan yang merata, di larang penimbunan dan menekankan pentingnya sirkulasi kekayaan, konsep dengan kesejahteraan kaum miskin adalah ciri khas system ekonomi islam. (Chaudhry, 2012, hal. 1).

Etika bisnis di sini dapatlah kita mendefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. (Beekun, 2004, hal. 3). Dalam arti lain etika bisnis bisa berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan

berelasi guna mencapai ‘daratan’ atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian belajar etika bisnis berarti ‘*learning what is right or wrong*’ yang dapat membekali seseorang untuk berbuat hal yang benar yang di dasari oleh ilmu, dan kondisi yang berbasis moralitas. (Badroen, 2006, hal. 15a).

Dari beberapa penjelasan sebelumnya bahwa aktivitas jual beli atau perdagangan merupakan aktivitas bisnis. Peraktek jual beli salah satunya dapat dilakukan di pasar. Melalui pasar ini juga kita dapat melihat perilaku yang di gunakan para pedagang yang berbeda-beda ketika melakukan transaksi jual beli oleh pedagang-pedagang tersebut.

Salah satu kebutuhan pokok manusia selain makanan adalah pakaian. Ia dapat melindungi manusia dari hawa panas dan dingin, dan menambah kecantikan serta penampilan yang baik bagi kepribadian seseorang. Pakaian awalnya hanya di perlukan untuk menutupi rasa malu dan ketelanjangan serta melindungi seseorang dari panas dan dingin, akan tetapi akibat kemajuan manusia, ia berusaha menghiasi dirinya tersebut dengan pakaian. (Suprayitno, 2008, hal. 36c).

Disini peneliti berfokus kepada para pedagang pakaian yang ada di Pasar Malam Belitung Banjarmasin. Pedagang pakaian adalah orang yang kegiatannya hanya menjual pakaian-pakaian seperti kerudung, baju, rok, celana, sepatu, sandal, dan lain-lain. Karena kebanyakan yang di jual di pasar ini adalah pakain. Dari beberapa artikel dan informasi yang beredar pasar tungging di mulai di jalan Belitung Banjarmasin oleh penjual pakain bekas impor. Ketahuan pakaian bekas impor karena di kantong celana, baju, dan jaket tersebut kadang di temukan mata uang asing dalam kantong-kantong tersebut. Lama-lama barang jualan

berkembang seperti layaknya pasar malam umumnya. Biasanya dulu setiap hari pasar di mulai pukul setengah lima sore sampai sekitar sepuluh malam waktu setempat. Sekarang pasar tungging Belitung sudah di tertibkan kelokasi yang sudah pemda sediakan. Hal ini di karenakan pasar tersebut sangat memacetkan arus lalu lintas sekitarnya.

Pedagang pakaian dari beragam daerah ini memiliki banyak perbedaan dalam menjual pakaian. Para pedagang memiliki cara menjual yang berbeda-beda. Di sini peneliti menemukan ada beberapa pedagang yang menjual dagangannya tidak sesuai dengan etika bisnis islam, seperti kurangnya kejujuran para pedagang dalam menjual barangnya, dan banyak juga pedagang yang memanfaatkan ketidak tahuan pembeli akan harga barang sehingga memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Seharusnya para pedagang berperilaku jujur, amanah, adil, bersikap ramah, dan juga murah hati sebagaimana Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّ أَطْيَبَ الْكَسْبِ كَسْبُ التُّجَّارِ الَّذِينَ إِذَا حَدَّثُوا لَمْ يَكْذِبُوا وَإِذَا انْتُمُوا لَمْ يَخُونُوا وَإِذَا

وَعَدُوا لَمْ يُخْلِفُوا وَإِذَا اشْتَرَوْا لَمْ يَذِمُّوا وَإِذَا بَاعُوا لَمْ يُطْرُوا وَإِذَا كَانَ عَلَيْهِمْ لَمْ يَمْطُلُوا وَإِذَا

كَانَ لَهُمْ لَمْ يُعَسِّرُوا

Artinya:”Sesungguhnya sebaik-baik penghasilan ialah penghasilan para pedagang yang mana apabila berbicara tidak bohong, apabila di beri amanah tidak khianat, apabila berjanji tidak mengingkarinya, apabila membeli tidak mencela, apabila

menjual tidak berlebihan (dalam menaikkan harga), apabila berhutang tidak menunda-nundan pelunasan dan apabila menagih utang tidak memperberat orang yang sedang kesulitan.”(H.R. Bukhari dan At-Thabrani) (abufawaz, 2012)

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mendalam yang penulis tuangkan dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“Perilaku Pedagang Pakaian di Pasar Tungging Belitung Kota Banjarmasin Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang akan di teliti di rumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku pedagang pakaian di Pasar Tungging Belitung Kota Banjarmasin di tinjau dalam perspektif etika bisnis islam.

C. Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah tersebut, di tetapkan tujuan ini yaitu untuk mengetahui:

1. Perilaku pedagang pakaian di Pasar Tungging Belitung Kota Banjarmasin di tinjau dalam perspektif etika bisnis islam.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Menambah pemahaman dan pengetahuan penulis khususnya dan pembaca pada umumnya yang ingin mengetahui permasalahan yang penulis teliti secara lebih mendalam.
 - b. Sumbangan dalam mengisi khazanah ilmu pengetahuan, pengembangan dan penalaran pengetahuan bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya yang dalam bentuk karya tulis ilmiah khususnya disiplin ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah.

- c. sebagai bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam permasalahan serupa untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam.

2. Manfaat praktis

- a. Perilaku bisnis yang baik dari para pedagang di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin dapat di contoh ketika melakukan sebuah bisnis.
- b. Menambah wawasan pengetahuan penulis dan para pembaca, Khusus bagi orang yang berkeinginan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang perilaku bisnis ini.

E. Definisi Operasional

Defenisi operasional merupakan penjelasan variable secara operasional, secara praktek, secara rill, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian atau obyek yang diteliti.

1. Perilaku

Menurut Purwanto, perilakun adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatannya atau tidak kelihatan yang didasari maupun yang tidak di dasari termasuk di dalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar aupun dari dalam dirinya. (Zakiyah & Wirawan, 2014). Perilaku yang di maksud di sini adalah perilaku-perilaku pedagang pakaian di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin.

2. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak di produksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan. (Sujatmiko, 2014, hal. 231). Dalam penelitian ini penulis membatasi yang di maksud dengan pedagang di sini ialah pedagang pakaian saja yang ada di Pasar Tungging Belitung Kota Banjarmasin.

3. Pasar

Pasar adalah kumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi suatu produk. (Kotler, 2005, hal. 11). Atau juga bias di artikan pasar merupakan sebuah tempat terbuka yang terjadi proses transaksi jual beli dengan proses tawar menawar. Di pasar ini pengunjungnya tidak selalu menjadi pembeli karena ia juga bisa menjadi penjual, pasar bisa di golongankan ke dalam tiga bentuk yaitu pasar khusus, pasar terbuka, dan pasar harian. (Manis, 2018a). Pasar yang di maksud dalam penelitian ini adalah Pasar Tungging Belitung Kota Banjarmasin

4. Etika Bisnis

Menurut Velasques etika bisnis adalah ilmu khusus yang mengajarkan tentang moral benar dan salah yang berkonsentrasi pada standar moral yang di terapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. (Dilihatya, 2014). Dalam penelitian ini etika bisnis yang di maksud adalah etika bisnis islam.

Berdasarkan definisi operasional di atas maka yang akan diteliti di sini adalah Perilaku Pedagang Pakaian di Pasar Belitung Kota Banjarmasin Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis menjadikan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya menjadi acuan pustaka di antaranya yaitu:

1. Skripsi Endang Tri Astuti Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin NIM 0701157981, yang berjudul “Etika Pedagang Kaset Bajakan Terhadap Konsumen”. Penelitian ini berlatar belakang karena maraknya penjual kaset video bajakan sedangkan para pedagang merasa aman-aman saja berdagang meskipun ada aturan hukum yang melarang atas pelanggaran ini yaitu mengenai hak cipta dan hak kekayaan intelektual. Pembajakan dapat merugikan orang lain dan penting bagi etika seorang pedagang terhadap konsumen agar tidak terjadi ketidakadilan dan penipuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui para pedagang kaset video bajakan terhadap konsumen yang ada di Banjarmasin.

Penelitian ini bersifat penelitian lapangan yang bersifat deskriptif dengan cara observasi dan wawancara. Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa etika para pedagang kaset video bajakan dapat merugikan para pembeli kaset video bajakan tersebut meskipun para pedagang itu bahwa kaset video itu bukan original atau asli namun karena harganya yang minim mereka tetap membelinya.

Dari segi pelayanan pedagang terhadap pembeli lumayan bagus karena tatakerama mereka baik dalam berdagang.

Persamaan penelitian dari Endang Tri Astuti dengan penelitian yang akan di lakukan penulis adalah tentang sumber utamanya adalah pedagang. Perbedaan penelitian Endang Tri Astuti dengan penelitian yang akan di lakukan yaitu penelitian Endang Tri Astuti membahas tentang larangan atas jual beli kaset bajakan dan pelayanan pedagang terhadap pembeli atau konsumen. Sedangkan penelitian yang akan di lakukan mengungkap tentang analisis terhadap perilaku pedagang pasar tradisional dalam perspektif etika bisnis islam di Pasar Tunting Belitung Banjarmasin.

2. Skripsi Murni mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin NIM 0901150109, yang berjudul “Perilaku Bisnis Para Pedagang di Pasar Terapung Lok Baintan”. Penelitian ini untuk mendeskripsikan beberapa hal yang berkaitan dengan perilaku bisnis yang akan di lakukan para pedagang di Pasar Lok Baintan ini, yaitu dengan menjual buah yang di lakukan secara borongan dan eceran. Praktek jual beli seperti ini sudah mengkadi kebiasaan para pedagang disana.

Hasil yang di dapat dari penelitian ini ada beberapa perilaku yang terkait dengan cara jual beli meliputi: buah yang di perjual belikan di masukkan kedalam keranjang kemudian di susun secara bertingkat, dalam menentukan kualitas buah dapat dilihat dengan kondisi buah yang berada pada bagian atas ketanjang. Cara pedagang

mengemas tidak bertentangan dengan etika bisnis islam karena di dalamnya tidak mengandung unsur gharar akan tetapi mengenai kualitas buah dapat di tentukan lewat kemasan keranjang tersebut dan para pedagang memberikan keterangan mengenai kualitas barang tersebut sehingga pembeli tidak merasa tertipu. Peneliti sangat setuju dengan saran yang di berikan peneliti dalam penelitian ini yaitu mengenai jual beli secara borongan sebaiknya keranjang-keranjang yang di gunakan para pedagang ketika berjualan buah secara borong sama besarnya atau di buat lebih standar untuk menyeragamkan sehingga akan lebih mempermudah para pembeli dalam memperkirakan kualitas buah yang ada di dalam keranjangnya.

Persamaan penelitian Murni dengan penelitian yang akan di lakukan adalah sama-sama meneliti pedagang di pasar. Walaupun penelitian yang di lakukan Murni sama-sama membahas tentang perilaku pedagang akan tetapi Perbedaan penelitian Murni dengan penelitian yang akan di lakukan yaitu penelitian Murni meneliti tentang cara menjual buah yang di lakukan secara borongan dan eceran. Sedangkan penelitian yang akan di lakukan mengungkap tentang analisis terhadap perilaku pedagang pasar tradisional dalam perspektif etika bisnis islam di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin.

3. Skripsi Aina Al Mardhiya Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin NIM 0901150087, yang berjudul “Etika Pedagang Buah Terhadap Konsumen di Desa Ujung Lama Kecamatan Bati-Bati”. Peneliti ini

mengungkap tentang para pedagang yang jarang berterus terang dengan kualitas yang di jual, pedagang jarang ada yang mau bertanggung jawab dengan buah yang di jualnya. Para pedagang juga suka mempermahal harga buah yang di jualnya apabila konsumennya berasal dari luar daerah.

Adapun faktor yang mempengaruhi etika para pedagang buah adalah kurangnya ilmu pengetahuan tentang agama dan keuntungan yang ingin diperoleh. Etika bisnis para pedagang terapkan kurang sesuai dengan etika bisnis dalam Islam dan hanya sebagian saja yang menerapkan. Saya setuju dengan apa yang di saran kan peneliti dalam penelitian ini, yaitu pedagang sebaiknya berterus terang kepada konsumen tentang keadaan buah yang di jual dan para pedagang sebaiknya benar-benar mengkaji bagaimana seharusnya etika perdagangan dalam Islam, jadi para pedagang bisa menerapkan sesuai dengan etika bisnis Islam sehingga perdagangan yang di lakukan menjadi berkah.

Perbedaan penelitian Aina Al Mardhiya dengan penelitian yang akan di lakukan yaitu tentang para pedagang Buah yang jarang berterus terang dengan kualitas buah yang di jualnya. Walaupun penelitian yang di lakukan Aina Al Mardhiya sama-sama membahas Etika akan tetapi penelitian Aina Al Mardhiya mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku bisnis sedangkan peneliti yang akan di lakukan mengungkap tentang analisis terhadap perilaku

pedagang pasar tradisional dalam perspektif etika bisnis islam di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin.

G. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I bersikan gambaran jelas guna memahami dari penelitian sehingga pembaca/penulis nantinya dapat dengan mudah dan jelas terhadap arah pembahasan. Pada bab pendahuluan ini akan di kemukakan hal-hal mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teoritis yang berisikan tentang teori perilaku pedagang, dan etika bisnis Islam.

Bab III metodologi penelitian yang berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, dan tahapan penelitian.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis, terdiri dari: penyajian data, berisikan gambaran perilaku bisnis para pedagang di Pasar Belitung Banjarmasin yang berkaitan dengan tingkah laku para pedagang ketika melakukan transaksi jual beli dalam perspektif etika bisnis islam.

Bab V merupakan penutup dari penelitian yang di lakukan ini, terdiri atas: simpulan dan saran.