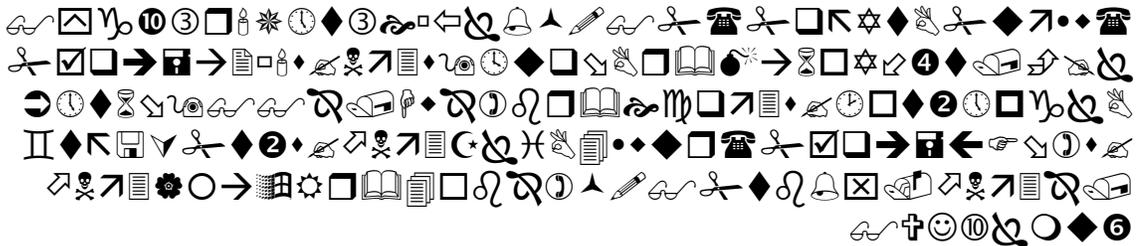


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bekerja merupakan kewajiban setiap muslim. Dengan bekerja seorang muslim akan dapat mengekspresikan dirinya sebagai manusia, makhluk ciptaan Tuhan yang paling sempurna di dunia.¹ Perintah untuk melakukan usaha atau bisnis terdapat dalam Alquransūrah *an-Nisā'*{4}29:



Artinya: *“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”*.²

Islam menganjurkan pemeluknya untuk selalu giat berusaha, dalam mencari rizki, kenyataannya sekarang ini mencari pekerjaan bukanlah hal yang mudah, rendahnya pendidikan, kurangnya keterampilan yang dikuasai dan terbatasnya lapangan

¹Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2007), h. 57.

²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahnya*, (Bandung: Jabal Radhotul Jannah, 2009), h. 83.

pekerjaan menjadikan banyak pengangguran, hal ini menjadi problema ekonomi yang harus dicarikan jalan keluarnya.

Manusia diciptakan untuk bekerja, kerjanya adalah ibadahnya. Tidak ada kesuksesan kebaikan, manfaat atau perubahan dari keadaan buruk menjadi lebih baik kecuali dengan bekerja menurut bidangnya masing-masing. Hampir di setiap sudut kehidupan, kita akan menyaksikan begitu banyak orang yang bekerja, dari berbagai macam profesi dari pegawai pemerintahan, sampai pada pekerja biasa seperti berdagang, buruh, bertani dan lain-lain.

Dalam pergaulan hidup bermasyarakat diperlukan suatu sistem yang mengatur bagaimana seharusnya manusia bergaul. Sistem pengaturan pergaulan tersebut menjadi saling menghormati dan dikenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, dan lain-lain. Maksud pedoman pergaulan tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar mereka senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan kepentingannya serta terjamin agar perbuatannya yang tengah dijalankan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi umumnya. Hal itulah yang mendasari tumbuh kembangnya etika di masyarakat kita.

Aktivitas ekonomi dan bisnis selalu memiliki hubungan dengan etika dan karena itu pula (bisnis) tidak bisa dilepaskan dari sosial dan budaya masyarakat dimana etika itu dipraktekkan. Sebagaimana halnya aspek-aspek lain dalam kehidupan manusia

yang melibatkan etika, ekonomi dan bisnis pun selalu dikaitkan dengan etika sehingga muncullah apa yang disebut dengan etika dalam bisnis dan bisnis yang etis.³

Etika berhubungan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kumpulan masyarakat. Secara bahasa, kata yang mewakili istilah 'etika' dalam Alquran disebut dengan '*al-khuluq*' berasal dari kata dasar *khaluqa-khuluqan* yang berarti tabiat, budi pekerti, kebiasaan.⁴

Al-Gazāliy dalam bukunya *Ihyā' 'Ulūmuddīn* menjelaskan pengertian '*Khuluq*' (Etika) adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang daripadanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian, etika bisnis dalam syariat Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁵

Secara sederhana etika dalam bisnis berarti mempelajari mana yang baik atau buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip

³Muhammad, *Paradigma, Metodologi, dan Aplikasi Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2000), h. 49.

⁴Muhaimin, *Perbandingan Etika Bisnis Etnik Cina dan Pembisnis Lokal*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), h. 5 dan 27.

⁵Al-Gazāliy, *Ihyā' 'Ulūmuddīn*. diambil dari Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 171.

moralitas. Moralitas di sini berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak wajar, pantas atau tidak pantas dari perilaku manusia.⁶

Etika bisnis menurut Islam, diperlukan dengan pertimbangan bahwa hak dan kepentingan manusia dilindungi dan hak masing-masing individu dapat diterima dengan cara yang sebaik-baiknya. Semua aturan tentang etika bisnis termuat dalam Alquran dan juga praktek yang pernah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW.⁷

Nabi Muhammad SAW memperkenalkan dan menegakkan ekonomi yang berlandaskan syariat Islam. Ajaran utama yang beliau terapkan adalah selalu jujur dalam setiap kegiatan ekonomi, jujur dalam timbangan, tidak boleh ada praktek eksploitasi, manipulasi maupun monopoli.⁸ Dalam hal bisnis, nilai religius hadir dikala melakukan transaksi bisnis selalu mengingat kebesaran Allah dan karenanya terbebas dari sifat-sifat kecurangan, kebohongan, kelicikkan, dan penipuan dalam melakukan perdagangan. Etika dalam kehidupan umat Islam dan yang dicita-citakan dan diperlukan oleh umat manusia dalam pergaulan hidupnya dan dalam sikap dan perilakunya terhadap hidup dan kehidupan bersama.⁹ Firman Allah SWT dalam *sūrah al-Qalam* {69} ayat 4:



⁶Faisal Badroen, *et. al.*, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 70.

⁷Muhaimin, *Op.Cit.*, h 27.

⁸M. Nozomi Majid, *Pemikiran Ekonomi Islam Abu Yusuf Relevansinya dengan Ekonomi Kekinian*, (Yogyakarta: PSEI, 2003), h. 58.

⁹*Ibid.*, h. 33.

Artinya: “Dan sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung”.¹⁰

Salah satu bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah jual beli. Jual beli adalah proses pertukaran harta (yang bernilai) dengan harta (yang bernilai) dengan jalan sukasama suka dan setelah itu berlaku kepemilikan harta tersebut oleh si pembeli. Jual beli aktivitas *al-tijārah* yang sama-sama merupakan aktivitas pertukaran harta yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan dari pertukaran tersebut menurut panduan syara.¹¹ Firman Allah SWT dalam *sūrah al-Baqarah* {2} ayat 275:



Artinya: “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.¹²

Dari ayat tersebut sudah jelas bahwa Allah menghalalkan atau membolehkan umat-Nya melakukan jual beli atau berbisnis tetapi harus sesuai dengan etika bisnis dalam Islam dan Allah melarang umat-Nya melakukan bisnis yang mengandung riba atau dapat merugikan orang lain.

Bentuk bentuk akhlak atau etika bisnis Islam yang dimaksud adalah ikhlas, jujur, amanah, adil, rajin bekerja keras, kerja sama, ramah tamah dan sederhana. Aturan main etika bisnis Islam, menjelaskan berbagai etika (akhlak) yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim dalam melaksanakan jual beli dan diharapkan dengan

¹⁰Departemen Agama RI., *Op. Cit.*, h. 564.

¹¹M. Nozomi Majid, *Op. Cit.*, h.29.

¹²Departemen Agama RI., *Op. Cit.*, h. 47.

menggunakan dan mematuhi adab bisnis Islam tersebut, suatu usaha seorang muslim akan maju dan berkembang pesat karena mendapat berkah dari Allah SWT di dunia maupun di akhirat.

Pedagang adalah orang mencari nafkah dengan berdagang.¹³ Pedagang buah adalah orang yang kegiatannya hanya menjual buah-buahan, seperti papaya, nangka, sirsak, jeruk dan lain-lain. Buah-buahan tersebut diperoleh dari hasil tanaman mereka sendiri atau dari kebun kemudian dijual lagi kepada konsumen (masyarakat).

Pedagang buah banyak dijumpai dimana-mana baik di perkotaan maupun di pedesaan. Pedagang buah mempunyai resiko yang cukup tinggi karena kalau dagangannya tidak laku dalam beberapa hari, maka buahnya akan membusuk sehingga tidak laku lagi untuk dijual. Biasanya para pedagang mencari alternatif untuk menyulap atau merubah buah supaya buah tersebut laku dijual.

Di Desa Ujung Lama Kabupaten Tanah Laut, mata pencaharian penduduk di sana pada umumnya adalah berdagang. Barang yang mereka dagangkan seperti, sembako, pakaian, alat-alat elektronik, buah-buahan dan lain-lain dan di sana banyak terdapat pedagang buah. Buah yang dijual bermacam-macam dan buah tersebut tidak hanya didatangkan dari daerah itu sendiri tetapi juga dari luar daerah.

Observasi awal, diantara pedagang yang penulis kunjungi salah satunya berinisial NJ. NJ adalah salah satu pedagang buah yang ada di Desa Ujung Lama sudah

¹³Tim Penyusun Pusat pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), h. 180.

hampir puluhan tahun NJ berdagang buah. Dalam berdagang buah ia tidak pernah menjelaskan kualitas buah kecuali konsumen bertanya. Buah yang hampir busuk harganya lebih murah dibandingkan dengan harga yang masih bagus kualitasnya, tetapi apabila kualitas buahnya dari awal sudah kurang bagus, maka disulapnya supaya terlihat bagus, misalnya diberi pemanis buatan. Salah satu buah yang pernah dijualnya adalah buah jeruk. Tidak semua jeruk yang dijualnya rasanya manis terkadang ada juga rasanya yang asam. Karena pada saat membeli dari kebun NJ juga tidak mengetahui kalau jeruk yang dibelinya ada sebagian yang rasanya asam. Kalau rasanya asam minat para pembeli berkurang bahkan tidak ada yang berminat untuk membeli. Untuk itu NJ berinisiatif supaya jeruk yang rasanya asam laku dijual yaitu dengan cara jeruk didiamkan dahulu beberapa hari dan diberi pemanis buatan sehingga jeruk yang tadinya berasa asam menjadi manis dan warna kulitnya pun berubah menjadi warna lebih kuning sehingga pembeli tertarik untuk membeli.

Apabila ada konsumen yang cerewet ia tidak mau melayani. Selain itu juga NJ membedakan harga antara pembeli dalam daerah dan luar daerah, bagi pembeli yang di luar daerah NJ menjual dengan harga yang lebih mahal, karena NJ beranggapan bahwa pembeli yang diluar daerah mampu membeli dengan harga yang mahal.

Dengan adanya latar belakang di atas, membuat penulis tertarik meneliti etika perdagangan mereka. Penelitian ini akan dituangkan dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul **“Etika Pedagang Buah terhadap Konsumen di Desa Ujung Lama Kecamatan Bati-Bati”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana etika pedagang buah terhadap konsumen di Desa Ujung Lama Kecamatan Bati-Bati?
2. Faktor apa yang mempengaruhi etika pedagang buah terhadap konsumen di Desa Ujung Lama Kecamatan Bati-Bati?
3. Bagaimana kesesuaian etika pedagang buah terhadap konsumen dengan etika perdagang dalam Islam?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui etika pedagang buah terhadap konsumen.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi etika pedagang buah terhadap konsumen.
3. Untuk mengetahui kesesuaian antara etika pedagang buah dengan ketentuan etika perdagang dalam Islam.

D. Signifikansi Masalah

Dari penelitian ini diharapkan nantinya diperoleh hasil-hasil yang berguna sebagai bahan informasi dan berguna untuk:

1. Bahan sumbangan pemikiran dalam bentuk karya ilmiah untuk mengisi khasanah pengetahuan khususnya disiplin ilmu kesyariahan dalam hal etika seorang pedagang.
2. Dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada pengamat dan menambah wawasan tentang etika pedagang buah.
3. Sebagai informasi bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian lebih mendalam tentang masalah ini dari sudut pandang yang berbeda.
4. Dapat dijadikan khasanah kepustakaan bagi IAIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang diteliti, maka perlu adanya batasan-batasan istilah sebagai berikut:

1. Etika adalah sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup dengan baik.¹⁴ Etika yang dimaksud dalam penelitian ini adalah etika pedagang buah terhadap konsumen.
2. Etika dalam Islam adalah suatu ilmu yang menjelaskan baik dan buruk, apa yang seharusnya dilakukan oleh seorang kepada orang lain mengarahkan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan

¹⁴A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 14.

menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.¹⁵ Etika dalam Islam yang dimaksud dalam penelitian ini adalah etika pedagang buah yang sesuai dengan aturan etika perdagangandalam Islam.

3. Faktor adalah hal keadaan peristiwa yang ikut menyebabkan terjadinya sesuatu.¹⁶ Faktor yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebab-sebanyang dapat mempengaruhi etika pedagang buah terhadap konsumen.
4. Pedagang adalah orang mencari nafkah dengan berdagang.¹⁷ Pedagang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang pekerjaannya sebagai penjual buah-buahan.
5. Konsumen adalah setiap orang yang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁸ Konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang membeli buah.

F. Kajian Pustaka

Dari hasil penelusuran penulis, kajian mengenai penelitian terhadap etika memang sudah pernah dilakukan beberapa kali sebelumnya, diantaranya:

¹⁵Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, dan Ekonomi: Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, (Malang: UIN-Malang Press, 2007), h. 66.

¹⁶Tim Penyusun Pusat pembinaan dan Penegembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Op. Cit.*, h. 312.

¹⁷*Ibid.*, h. 180.

¹⁸Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h. 2.

Skripsi Arief Rahman Hakim (0401156345) dengan judul Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Skripsi ini membahas mengenai bagaimana Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.

Skripsi Endah Tri Hastuti (0701157981) dengan judul Etika Pedagang Kaset Bajakan Terhadap Konsumen. Skripsi ini membahas mengenai etika para pedagang kaset bajakan terhadap konsumen.

Skripsi Zainuddin Sadiq (0801158983) dengan judul Eksistensi Usaha Kecil Susu Kedelai Bayu CS (Tinjauan Etika Bisnis Islam pada Aspek Produksi). Skripsi ini membahas mengenai eksistensi, proses produksi, permasalahan yang dihadapi dalam melakukan produksi dan cara menanggulangnya pada usaha kecil susu kedelai Bayu Cs.

Bertolak dari hal di atas, penulis tertarik untuk meneliti etika pedagang buah terhadap konsumen dari aspek yang berbeda. Penelitian ini membahas tentang etika pedagang buah terhadap konsumen yang dinilai dari aspek kejujuran, amanah, toleransi, keadilan dan keramahan dan faktor-faktor yang mempengaruhi etika pedagang buah serta kesesuaian etika pedagang dengan etika perdagangan dalam Islam.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam 5 (lima) bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, bab ini memuat tentang latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti, yaitu etika pedagang buah terhadap konsumendi Desa Ujung Lama Kecamatan Bat-Bati. Permasalahan yang sudah tergambar dirumuskan dalam bentuk rumusan masalah. Kemudian disusun tujuan penelitian untuk mengetahui hasil yang diinginkan. Definisi operasional dimuat agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam penafsiran yang keliru. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian ini yang bermakna umum dan luas. Setelah itu kajian pustaka, untuk mengetahui seberapa banyak penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Bab II membahas tentang landasan teoritis yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh berisikan tentang pengertian etika, pengertian pedagang, etika pedagang terhadap konsumen.

Bab III merupakan metode penelitian yang dipergunakan untuk menggali data yang terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, subyek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta prosedur penelitian.

Bab IV laporan hasil penelitian dan analisis data, berisikan: gambaran umum lokasipenelitian, gambaran umum etika pedagang buah terhadap konsumen dan analisis data.

Bab V merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan berisikan simpulan jawaban dari rumusan masalah yang diteliti, sedangkan saran bersifat masukan untuk pihak-pihak yang terkait.