

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. 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. (Peraturan Menteri Perdagangan R.I, 2013, hlm. 4). 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. (Jain Mubarak, 2021, hlm. 64).

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 kebawah dan

tersebar baik dikampung-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, konsumen dan pedagangnya dari golongan menengah ke atas, harga yang ditawarkan tetap dan sistem pelayanannya mandiri.

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat besar menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan. bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. (Abdul Muttalib, 2019, hlm. 16)

Sebelum kita mengetahui apa itu etika dalam bisnis Islam hendaknya juga kita perlu memahami tentang etika dalam dunia bisnis/dagang. Etika adalah sesuatu yang dilakukan dengan benar dan baik dengan tidak melakukan hal-hal yang buruk, tetapi melakukan hak serta kewajiban yang lebih sesuai moral dengan segala sesuatu dengan rasa tanggung jawab yang besar. Dalam Islam dijelaskan bahwa etika berkaitan erat dengan akhlak, yang bertujuan untuk membimbing/mengajarkan akhlak manusia. Sedangkan kata bisnis biasa diartikan sebagai suatu transaksi barang serta jasa dan uang dengan tujuan saling untung-menguntungkan. (Ika Yunia Fauzia, 2013, hlm. 3).

Etika dan bisnis merupakan suatu ilmu yang mengatur bagaimana melakukan hal baik dan benar dalam dunia bisnis. Etika bisnis mengatur bagaimana manusia menjalankan usahanya agar terhindar dari sifat-sifat menyimpang dan merugikan orang lain. Jika dihubungkan dengan etika bisnis Islam, artinya pengetahuan yang berkaitan dengan hal baik dan buruk dengan melibatkan akhlak seseorang dalam konteks dunia bisnis sesuai dengan ajaran Islam yang berlaku. Dengan bahasa lain prinsip pemahaman etika bisnis dalam Islam adalah mutlak dan harus dimiliki oleh setiap manusia yang telah melakukan kegiatan yang berhubungan dengan ekonomi baik dari pelaku bisnis maupun pedagang yang melakukan kegiatan ekonomi. Khususnya bagi para pedagang di pasar tradisional Walangku harus memiliki etika dalam bisnis Islam yang sudah diajarkan Rasulullah SAW. hal ini juga telah tertuang dalam ayat Alquran dan Hadist, dengan sikap ini para penjual dapat melakukan transaksi dengan nilai vertical (manusia dengan pencipta), horizontal (manusia dengan sesamanya) dan pada akhirnya mereka mendapatkan keuntungan yang nyata.

Pembeli atau konsumen sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan khususnya di pasar tradisional yang dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan. Kejujuran dalam perdagangan tetap dapat diwujudkan dengan cara para pedagang mengatakan secara jujur bahwa

barang yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang kualitas buruk.

Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen. Mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang. Kelengkapan suatu informasi, daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya. Oleh karena itu, informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen.

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh Nabi Muhammad Saw. beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah Swt: QS. Al-Syu'ara/26, hlm. 181 – 183.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾
وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا
تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan: 181. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus:181. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela dimuka bumi dengan membuat kerusakan: 183.” (Kementerian Agama RI, 2005, hlm. 299).

Ayat tersebut diatas telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku

jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.

Kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional. Dalam undang-undang Republik Indonesia nomor: 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berisikan hak-hak konsumen, disamping kewajiban yang harus dilakukan. (UU, No. 08 Tahun 1999). Dengan adanya undang-undang tersebut maka diharapkan kepada para pelaku bisnis untuk melakukan peningkatan dan pelayanan sehingga konsumen tidak merasa rugi. Yang penting dalam hal ini adalah bagaimana sikap produsen agar memberikan hak-hak konsumen yang pantas diperoleh. Disamping juga agar konsumen juga menyadari apa yang menjadi kewajiban. Apa yang tertuang dalam undang-undang tersebut secara eksplisit dan substansial sebenarnya sesuai yang diinginkan dalam etika bisnis Islam.

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalani kerja sama, tolong-menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah. Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai controlling (pengatur) terhadap aktivitas 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 pembisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syariah seperti keadilan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim tetapi juga non muslim. Dengan mengacu praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibnu taymiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang islami adalah:

1. Orang harus bebas keluar masuk pasar.
2. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang dagangan.
3. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan.
4. Adanya kenaikan penurunan harga yang disebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
5. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan dan kecurangan kualitas barang.

Salah satu sekmen yang menarik untuk dibicarakan adalah pasar tradisional Walangku. Karena keberagaman pedagang dan konsumen baik internal maupun eksternal menjadi faktor utama yang membedakan perilaku pedagang dari mempromosikan barang dan harga, menjual barang dengan diskon, bonus, pengurangan harga, fasilitas cicilan atau kredit dan harga yang lebih rendah. Seringkali ini akan menyebabkan perselisihan dan pertengkaran karena perbedaan perilaku, akibatnya banyak pedagang yang akan menentang prosedur perdagangan Islam karena sikap mereka yang menghasilkan keuntungan besar dengan biaya apapun. Pasar tradisional Walangku walaupun tidak bereaksi berlebihan terhadap transaksi yang dilakukan oleh pedagang lain, pada kenyataannya para pedagang ingin mendapatkan keuntungan maksimal satu sama lain dengan melakukan hal-hal tertentu seperti kemudahan angsuran kepada pembeli atau kenyamanan kepada pembeli. Membayar peralatan makan dan memberikan potongan harga untuk sayur-sayuran. Misalnya karena pasar tutup takut kering.

Oleh karena itu, khususnya para pedagang di pasar tradisional Walangku harus memiliki etika bisnis Islam yang di ajarkan Nabi Muhammad SAW. beserta sikap etika bisnis Islam secara vertical (manusia dengan tuhan) dan secara horizontal (manusia dengan manusia) dan akhirnya dapat di peroleh manfaat yang nyata. Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik dan berkeinginan untuk mengetahui lebih lanjut dengan melakukan penelitian ilmiah yang berjudul “Pemahaman Pedagang Tentang

Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Walangku Kecamatan Labuan Amas Utara”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam di pasar tradisional Walangku?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam di pasar tradisional Walangku.

D. Signifikasi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang berkepentingan diantaranya:

1. Bagi pengusaha pedagang di pasar tradisional Walangku, diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pengusaha pedagang pasar tradisional dalam memahami etika bisnis islam.
2. Bagi pihak akademis, selain merupakan suatu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana juga diharapkan dapat membantu proses pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan serta dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama.

3. Bagi penulis, sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis mengenai masalah-masalah yang ada ditempat tersebut.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam mengartikan judul yang diteliti. Maka penulis menguraikan penjelasan tentang judul di atas.

1. Pemahaman

Pemahaman menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah proses, cara, perbuatan memahami atau mengerti. Pemahaman merupakan kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami setelah sesuatu diketahui dan dimengerti.

Dari pengertian diatas, maka yang penulis maksud dengan pemahaman adalah kemampuan para pedagang di pasar tradisional Walangku untuk mengerti atau memahami tentang etika bisnis Islam.

2. Pedagang Pasar Tradisional

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pedagang adalah seseorang yang pekerjaannya adalah berdagang. (KBBI, 2024).

Sedangkan menurut kamus Ekonomi pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

(Kamus Ekonomi, 2024). Sedangkan pasar dalam ilmu ekonomi adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. (Mustafa Kamal Rokan, 2013, hlm. 1).

Dari pengertian diatas, yang dimaksud penulis dengan pedagang pasar tradisional adalah pedagang di pasar tradisional Walangku.

3. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah. selain itu etika bisnis islam juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja. (An Ras Try Astuti, 2022, hlm. 1).

Etika bisnis Islam yang dimaksud penulis dari pengertian di atas adalah refleksi tentang berdagang para pedagang di pasar tradisional Walangku yang berkaitan dengan etika baik, buruk, tercela, benar, salah, wajar, pantas atau tidak pantas dalam berbisnis.

F. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pendukung penelitian, peneliti melakukan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Siska Hadija, (2020) Implementasi Etika Bisnis Islam pada Binis Bingka Bunda Kota Banjarmasin, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa terdapat dua variasi jawaban: pertama, pendapat yang mengatakan mengetahui bisnis bingka bunda mengimplementasikan etika bisnis Islam. Kedua, pendapat yang mengatakan tidak mengetahui bisnis bingka bunda mengimplementasikan etika bisnis Islam. Dari perbedaan pendapat tersebut penulis menganalisis bahwa bisnis bingka bunda mengimplementasikan etika bisnis Islam, berdasarkan teori-teori yang penulis ambil dan dalil-dalil tentang etika bisnis Islam. Dari sisi lain, pendapat yang mengatakan tidak mengetahui, dengan alasan mereka membeli secara online, tidak melalui toko atau tempat pembuatannya langsung.

Penelitian ini dan penelitian penulis sama-sama membahas tentang etika bisnis seorang pedagang, yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah penerapan etika bisnis Islam oleh seorang pedagang di pasar tradisional.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mugiono, (2010) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Pembeli) di Pasar Kota Malang, PPSUB. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan pedagang pasar dan dinas pasar berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (pembeli) di Kota Malang. Konsekuensinya, dinas pasar Kota Malang harus lebih memperhatikan variabel-variabel tersebut

dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dan penelitian penulis sama-sama membahas tentang pelayanan pedagang terhadap pembeli di pasar secara langsung, yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis adalah penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan pedagang terhadap konsumen sedangkan penelitian penulis berfokus pada penerapan etika bisnis Islam para pedagang di pasar tradisional.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Tyas Fariha Syahputri, (2022) Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Sembako di Pasar Keduru Surabaya, Universitas Negeri Surabaya. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli sembako di Pasar Kedurus hanya menerapkan dan menjalankan empat prinsip etika bisnis Islam yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Untuk penerapan prinsip kebenaran atau kejujuran belum diterapkan oleh pedagang sembako karena selama berdagang tidak menjelaskan kejujuran kualitas barang kepada pembeli. Tetapi dalam transaksi jual beli telah dilaksanakan sesuai dengan rukun jual beli dan bentuk jual beli yang diterapkan pedagang sembako yaitu ba'i an-Naqd, ba'i an-Naqd ba'i salam, ba'i ajal, ba'i musawamah. Serta khiyar yang sering dijumpai adalah khiyar majlis dan khiyar aib. Penelitian ini dan penelitian penulis sama-sama membahas tentang etika bisnis seorang pedagang, yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian

penulis adalah penelitian ini hanya berfokus pada pedagang sembako saja sedangkan penelitian penulis untuk semua pedagang pasar tradisional.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman dalam pembahasan ini, maka penulis menggunakan sistematika sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan, yang berisikan latar belakang masalah yang nantinya akan diteliti, rumusan masalah dan tujuan penulisan, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori, bab ini terdiri dari beberapa sub bab. Sub bab pertama tentang pengertian pedagang. Sub bab yang kedua tentang etika bisnis Islam terlebih dahulu, yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai pengertian etika, pengertian bisnis, pengertian etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Sub bab ketiga tentang pasar tradisional.

Bab III merupakan metode penelitian terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, objek dan subjek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta tahapan penelitian, hal ini dibuat agar penelitian ini sistematis sesuai dengan prosedur penelitian.

Bab IV merupakan analisis data dan laporan penelitian yang memberikan penjelasan tentang hasil penelitian dan pembahasan terhadap

pemahaman etika bisnis Islam para pedagang di pasar tradisional Walangku
kecamatan Labuan Amas Utara.

Bab V penutup yang terdiri dari simpulan dan saran.