BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar merupakan wadah di mana pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan pertukaran barang atau jasa melalui suatu sistem, prosedur, serta interaksi dan komunikasi antara keduanya, sehingga dapat tercapai harga dan jumlah keseimbangan. Pasar merupakan tempat di mana pengusaha atau pedagang bertemu dengan pembeli. Aktivitas pasar menjadi inti dari upaya dalam meningkatkan atau memenuhi kebutuhan ekonomi setiap individu. Kegiatan ini bersifat positif karena dapat menumbuhkan rasa sosial di tengah masyarakat. Hal ini bisa kita rasakan sendiri ketika membutuhkan suatu barang atau jasa, kita pasti akan mencari atau menghubungi seseorang yang dapat menyediakannya. Namun demikian, perlu diwaspadai bahwa dalam praktiknya, tidak jarang terjadi penyimpangan, seperti kecurangan, kebohongan, maupun unsur *gharar*, penimbunan barang, monopoli, manipulasi harga dan penimbunan dalam takaran timbangan, penjualan barang yang belum dimiliki atau tidak jelas kualitasnya.

Pasar memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat maksudnya adalah aktivitas atau rutinitas yang dilakukan oleh masyarakat secara umum setiap hari hal-hal biasa yang mereka lakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka seperti membeli keperluan di pasar tradisional.

Bagi masyarakat, pasar tidak hanya berfungsi sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, tetapi juga sebagai ruang untuk berinteraksisosial. Para ahli ekonomi mendefinisikan pasar sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi terhadap suatu produk atau kelompok produk tertentu, seperti pasar perumahan, pasar grosir, dan lainnya (Hidayat & Rahmaniah, 2019, hal. 93). Bagi masyarakat, pasar tidak hanya berfungsi sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, tetapi juga menjadi wadah untuk berinteraksi sosial. Secara umum, pasar dipahami sebagai kumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelompok produk tertentu. Pasar juga dapat merujuk pada area tempat berlangsungnya aktivitas jual beli barang, yang melibatkan lebih dari satu penjual, baik dalam bentuk pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mal, plaza, pusat perdagangan, maupun sebutan lainnya (Rusdi, 2019, hal. 7).

Dalam perdagangan, para pedagang muslim wajib mematuhi norma dan nilai-nilai syariah, yang meliputi sikap jujur, amanah, dan kebenaran dalam bertindak. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis harus menjalankan usahanya dengan cara yang halal dan sah, serta didasari oleh keputusan yang adil dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Dalam transaksi jual beli, etika bisnis Islam sangat menjunjung tinggi nilai kejujuran. Rasulullah SAW menekankan pentingnya kesepakatan dan kerelaan antara kedua belah pihak dalam aktivitas jual beli, serta melarang praktik bisnis yang bersifat batil atau diperoleh dengan cara yang tidak sah, karena hal tersebut dapat merugikan orang lain maupun merusak keberkahan usaha itu sendiri, pedagang harus memiliki tanggung jawab terhadap pembeli hal ini diperlukan adanya praktek-praktek etika bisnis Islam. Penelitian yang dilakukan

oleh Vina Astuti Anggaraini juga menjelaskan bahwa etika bisnis islam menjadi pedoman utama dalam aktivitas ekonomi dan perdagangan. Etika ini tidak hanya mengatur dengan nilai-nilai agama, tetapi juga mendorong pedagang untuk menjalin kerja sama, saling menolong, serta menghindari sikap dengki, dendam, dan praktik-praktik yang tidak sesuai syariah. Etika lingkungan dalam etika Islam, sesungguhnya terdapat titik temu antara makna yang terkandung dalam etika Islam itu sendiri. Etika lingkungan yang berlandaskan tauhid dapat dimaknai sebagai bentuk kesadaran spiritual dalam menjalin hubungan dan interaksi antar berbagai sistem keberadaan (Safitri & Kamaruddin, 2023, hal. 119).

Perilaku pedagang adalah segala bentuk tindakan, sikap, dan kebiasaan yang ditunjukkan oleh pedagang dalam menjalankan aktivitas jual beli. Perilaku ini mencakup cara pedagang berinteraksi dengan pembeli, bagaimana mereka menetapkan harga, bersikap jujur atau tidak, memperlakukan pelanggan, hingga bagaimana mereka menjalankan prinsip-prinsip etika atau agama dalam berdagang. Pada hakikatnya, perilaku manusia merupakan aktivitas yang dilakukan oleh individu itu sendiri. Perilaku mencakup segala tindakan yang dilakukan oleh suatu organisme, baik yang dapat diamati secara langsung maupun tidak. Dengan demikian, perilaku muncul sebagai respons terhadap adanya rangsangan tertentu yang memicu reaksi perilaku tertentu (Notoatmodjo, 2007, hal. 114). Menurut Sujatmiko (2014:231) Pedagang adalah individu yang menjalankan aktivitas perdagangan dengan memperjualbelikan barang yang bukan hasil produksinya sendiri demi memperoleh keuntungan. Dengan kata lain, pedagang adalah orang-orang yang menjadikan kegiatan perniagaan sebagai pekerjaan sehari-hari, yang

biasanya meliputi pembelian barang untuk dijual kembali. Kegiatan berdagang ini mencakup berbagai aktivitas manusia, mulai dari menjual kebutuhan pokok sehari-hari hingga barang-barang sekunder atau barang mewah. Selain itu, kegiatan perdagangan ini telah dilakukan oleh Rasulullah SAW sejak dulu. Saat ini, sudah ada banyak bentuk perdagangan yang dilakukan pedagang didunia ini, ada yang dilakukan dipasar tradisional maupun pasar modern kini telah berkembang, bahkan di era digital saat ini, aktivitas perdagangan juga dilakukan melalui platform pasar digital. atau *e-commerce* (Aryani dkk., 2022, hal. 117)

Nabi Muhammad SAW merupakan teladan utama bagi umat Islam dalam segala aspek kehidupan. Setiap perbuatan yang beliau lakukan merupakan sunah yang mengandung banyak hikmah bagi umat manusia, termasuk dalam hal berdagang. Sejak usia muda, Rasulullah telah aktif dalam kegiatan perdagangan dan selalu menjunjung tinggi nilai-nilai moral yang luhur. Dalam dunia bisnis, beliau dikenal sebagai sosok yang jujur dan terpercaya, sehingga banyak orang menaruh kepercayaan kepadanya. Keteladanan Rasulullah SAW dalam berdagang ini juga tercermin dalam hadis berikut:

"*Hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan Sembilan dari sepuluh pintu rezeki."*

Pada hadist di atas, hal ini menunjukkan bahwa aktivitas berdagang sangat dianjurkan dalam Islam. Melalui perdagangan, terbuka salah satu pintu rezeki yang memungkinkan seseorang merasakan limpahan karunia dari Allah SWT (Permata dkk., 2023, hal. 12).

Pasar Tungging adalah sebuah kawasan belanja murah di Kota “Seribu Sungai” Banjarmasin. Peneliti memilih lokasi kawasan Belitung Darat Kota Banjarmasin. Peneliti merasa tertarik untuk memilih kawasan Belitung Darat karena lokasi tersebut merupakan pusat kegiatan utama kota Banjarmasin yang menyimpan nilai historis yang signifikan terkait dengan proses perkembangan kota Banjarmasin sejak zaman dulu. Pasar ini memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan pasar-pasar lainnya. Pasar ini bahkan menjadi pelopor bagi puluhan pasar serupa yang kini tersebar di Kota Banjarmasin dan sekitarnya. Secara umum, jenis barang yang diperjualbelikan tidak jauh berbeda dengan pasar lainnya, seperti pakaian, topi, sepatu, berbagai aksesori wanita seperti bros, jepit rambut, parfum, jilbab, dan lain sebagainya. Produk-produk tersebut dijual dengan harga yang relatif terjangkau, mulai dari Rp10.000 hingga ratusan ribu rupiah (Sugiannor & Bahwiyanti, 2018, hal. 7).

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan perhatian pada para pedagang pakaian yang beraktivitas di Pasar Tungging Belitung, Banjarmasin. Pedagang pakaian merupakan individu yang secara khusus menjual berbagai jenis pakaian, seperti kerudung, baju, rok, celana, sepatu, sandal, dan sejenisnya. Hal ini sesuai dengan karakteristik pasar tersebut, yang mayoritas produknya adalah pakaian. Berdasarkan beberapa artikel dan informasi yang beredar, Pasar Tungging bermula di kawasan Jalan Belitung, Banjarmasin, dengan dominasi pedagang pakaian. Saat ini, pasar tersebut telah dipindahkan ke lokasi yang telah disediakan oleh pemerintah daerah, mengingat aktivitas di pasar lama seringkali menyebabkan

kemacetan lalu lintas di sekitarnya. Para pedagang yang berasal dari berbagai daerah ini memiliki perbedaan dalam gaya dan strategi penjualan masing-masing.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat masalah mengenai **"Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Rasulullah Di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin".**

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana perilaku pedagang di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin berdasarkan prinsip etika bisnis Rasulullah?
2. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pedagang di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku pedagang di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin berdasarkan prinsip etika bisnis Rasulullah.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pedagang di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

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

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan memperkaya wawasan keilmuan etika bisnis Islam, khususnya mengenai perilaku pedagang di pasar tradisional. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk mengembangkan teori tentang penerapan nilai-nilai etika Rasulullah dalam praktik bisnis kontemporer.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Pedagang

      Memberikan pemahaman tentang pentingnya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Rasulullah dalam kegiatan jual beli sehari-hari, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan keberkahan dalam usaha.

   b. Bagi Masyarakat

      Memberikan wawasan kepada masyarakat sebagai konsumen untuk lebih memahami pentingnya memilih pedagang yang beretika, serta meningkatkan kesadaran akan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan amanah dalam aktivitas ekonomi.

   c. Bagi Pemerintah Daerah dan Pengelola Pasar

      Memberikan masukan untuk pembinaan pedagang dalam rangka menciptakan pasar tradisional yang tidak hanya kompetitif tetapi juga berlandaskan nilai-nilai etika Islami.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menjadi bahan referensi dan dasar pertimbangan untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan etika bisnis dalam konteks lokal maupun global.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman penafsiran dalam penelitian ini, peneliti menetapkan definisi operasional sebagai acuan dalam memahami variabel yang diteliti. Adapun definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perilaku Pedagang

Perilaku pedagang mencakup semua tindakan atau kegiatan yang dilakukan pedagang, seperti berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, menulis, membaca, dan sebagainya. Sementara itu, dalam arti yang lebih khusus, perilaku pedagang adalah tindakan atau kegiatan menjual, menukar, dan mengganti barang atau jasa dengan imbalan tertentu (Muzaiyin, 2018, hal. 74),

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat bagaimana perilaku pedagang di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin, apakah berdasarkan prinsip etika bisnis Rasulullah atau tidak ada kaitannya.

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan baik dan yang buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya. Prinsip-prinsip

umum yang membenarkan pedagang untuk mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis (Tafana dkk., 2024, hal. 64).

Etika bisnis Islam dalam penelitian ini didefinisikan berdasarkan prinsip tauhid, kesimbangan atau keadilan, kehendak bebas, pertanggung jawaban, kebenaran, dan ihsan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan, maka peneliti menyusun penulisan dengan sistematika sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN. Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.
2. BAB II LANDASAN TEORI. Bab ini membahas tentang kajian teori dan penelitian terdahulu yang berkaitan tentang perilaku pedagang dalam perspektif Etika Bisnis Rasulullah di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin. Selain itu terdapat kerangka berpikir sebagai alat mempermudah pemahaman dalam memahami penelitian ini.
3. BAB III METODE PENELITIAN. Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan tahapan penelitian terkait perilaku pedagang dalam perspektif Etika Bisnis Rasulullah di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan mengenai perilaku pedagang dalam perspektif Etika Bisnis Rasulullah di Pasar Tungging Belitung Banjarmasin.
5. BAB V PENUTUP. Bab ini berisi penutup yang di dalamnya terdapat kesimpulan dan saran-saran terkait hasil penelitian. Kesimpulan tersebut berisi ringkasan atau kesimpulan hasil penelitian dan saran tersebut memberikan saran-saran kepada pihak lainnya.