

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Dalam upaya manusia untuk memenuhi kebutuhannya sudah berlangsung sejak manusia itu ada. salah satu kegiatan manusia dalam usaha memenuhi kebutuhan tersebut adalah memerlukan adanya pasar dan para pelaku yang terlibat didalamnya. Pasar merupakan pusat aktifitas ekonomi yang dilakukan masyarakat, yang selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, para ahli ekonomi mendeskripsikan pasar merupakan tempat melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu.<sup>1</sup>

Perkembangan perekonomian dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan.<sup>2</sup> Kebutuhan tersebut meningkat sebagai akibat jumlah penduduk yang setiap tahun terus bertambah, sehingga menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Menurut kodratnya, manusia merupakan makhluk sosial yakni sebagai makhluk yang tidak dapat berdiri sendiri dan selalu membutuhkan orang lain. sebagai makhluk sosial manusia akan selalu berintraksi dengan lainnya. Intraksi-intraksi tersebut adalah bidang ekonomi dilakukan dalam berbagai cara: jual beli, pinjam meminjam, gadai dll.

---

<sup>1</sup> Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, (Jakarta: PT Krisna Persada, 2005), 7.

<sup>2</sup> M Yahya Harahab, *segi-segi Hukum Perjanjian* (Bandung: Alumni. 1986), 6.

Perekonomian seakan menjadi nyawa bagi setiap manusia, masyarakat bangsa dan Negara. Disadari atau tidak bahwa setiap manusia didunia ini tidak akan terlepas dari perekonomian karena hal ini merupakan salah satu fitrah manusia dalam menjalani kehidupannya.<sup>3</sup> .

Secara umum bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat,<sup>4</sup> atau sebagai penghasil barang atau jasa sebagai pemenuhan hidup masyarakat. Selama ini banyak orang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin. Hal ini tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.<sup>5</sup>

Dalam Islam sendiri menghendaki para pelaku bisnis atau pelaku pasar berlangsung dengan bebas dari distorsi pasar. Dengan bebasnya distorsi pasar maka mekanisme pasar akan memberikan informasi yang tepat dengan memberikan keterangan tentang harga, permintaan dll, dalam

---

<sup>3</sup>Ibid, 130.

<sup>4</sup> Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta. 1009), 31.

<sup>5</sup> Muhamad Saifullah, "Etika Bisnis dalam Praktek Bisnis Rasulullah", *jurnal Hukum Islam*, Vo 19, No 1, (Mei 2011), 128.

hal ini pelaku pasar berperan penting dalam menjaga keadilan pasar, bila dilihat pentingnya dan banyaknya pelaku pasar sehingga dituntut untuk merencanakan strategi yang harus ditempuh dalam menjalankan bisnisnya dengan berbagai cara harus ditempuh. Berawal dari terabaikanya nilai moral dalam mekanisme pasar maka akan menimbulkan ketidakharmonisan antar pelaku pasar akibatnya kegiatan perekonomian tidak stabil.<sup>6</sup>

Perdagangan atau bisnis adalah suatu yang terhormat di dalam ajaran Islam, Islam menghalalkan jual beli yang termasuk juga bisnis. Namun tentu saja orang yang menjalankan bisnis secara Islami harus menggunakan tatacara sebagaimana seorang muslim, dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun diakhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pelaku bisnis dan diharapkan jual beli atau bisnis akan maju dan berkembang lantaran mendapatkan berkah dari Allah SWT. Etika bisnis menjamin baik para pelaku bisnis atau jual beli masing-masing akan mendapatkan keuntungan<sup>7</sup>

Pada masa Rasulullah, nilai-nilai moralitas sangat diperhatikan dalam kehidupan pasar. Bahkan sampai pada masa awal kerasulannya, beliau adalah seorang pelaku pasar yang aktif, dan kemudian menjadi

---

<sup>6</sup> Sadono Soekirno, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), 42.

<sup>7</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islammi* (Semarang: walisongoPress,2009), 153.

seorang pengawas pasar yang cermat sampai akhir hayatnya. Beliau telah memulai pengalaman dagangnya sejak usia 12 tahun.<sup>8</sup>

Dalam ekonomi Islam yang berlandaskan ketuhanan, maka tujuan akhir pencapaiannya adalah ridho Allah SWT<sup>9</sup>, dengan tetap memegang syariat Islam dalam segala akitivitasnya, begitu pula dengan aktivitas ekonomi yang tidak dapat pula dipisahkan dengan nilai-nilai ke Islam.<sup>10</sup> Etika bisnis Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, 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 aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan di masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk atau jahat, seperti pihak yang mendzolimi dan terdzolimi.<sup>11</sup>

Etika adalah pengkajian soal moralitas atau terhadap nilai tindakan moral.<sup>12</sup> Disini moralitas menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri. Dalam satu cabang ilmu pengetahuan, etika adalah salah satu cabang ilmu pengetahuan tentang manusia.<sup>13</sup> Secara praktis etika dapat berarti: nilai-nilai dan norma moral sejauh dipraktekkan atau justru tidak

---

<sup>8</sup> Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Pedagang*, terj. Dewi Nurjulianti (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1997)

<sup>9</sup> A.M. Saefuddin, *Studi Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Media Dakwah, 1984), 19.

<sup>10</sup> Yusuf Qordhowi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1993), 31

<sup>11</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Ekonisia, 2004), Cet 1: 29.

<sup>12</sup> M.Dahlan Al-Barry, *kamus ilmiah populer* (Surabaya: Arloka, 2002), 161.

<sup>13</sup> Mudhlor Ahmad, *Etika Dalam Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas), 15.

dipraktekkan walaupun seharusnya dilakukan. Etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral. Dalam etika sebagai refleksi kita berfikir tentang apa yang dilakukan dan khususnya tentang apa yang seharusnya dilakukan atau tidak boleh dilakukan, seharusnya seorang muslim yang melakukan bisnis juga memperhitungkan kondisi lingkungan sekitar.

Bisnis dan moral adalah suatu yang berkaitan, moral terdiri seperangkat aturan yang memonitor perilaku manusia serta menetapkan suatu perbuatan baik atau buruk sehingga setiap tindakan dapat ditinjau dari segi moralnya. Bisnis adalah kegiatan manusia dan karena itu harus dapat nilai dari sudut moral atau etika adalah sukar untuk membayangkan jika ada yang berpendapat bahwa moral atau etika dan bisnis tidak ada kaitannya.

Adanya nilai moral atau etika yang dipatuhi dalam hal bisnis, sangat diperlukan untuk menciptakan suatu ketertiban dan keadilan dalam masyarakat. Namun pertanyaan yang sebenarnya adalah bagaimanakah bentuk-bentuk etika bisnis yang dikehendaki dalam Islam itu sendiri untuk kemudian dipraktekkan dalam dunia bisnis global dan apakah masih relevan etika bisnis tersebut diterapkan pada masa sekarang. Jelas bisnis Islam secara pokok berbeda dengan pengertian moderen tentang bisnis, bisnis dalam Islam dihubungkan dengan nilai moral, sedangkan bisnis moderen tidak demikian.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, trj. M Nastamgin, (Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 1997), 289.

Bisnis merupakan hal yang akrab dilakukan dalam kehidupan masyarakat karena itu sudah merupakan salah satu dinamika perekonomian yang selalu berkembang sesuai dengan perkembangan zaman, seperti yang dilakukan oleh masyarakat Desa Sumberjo Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk, yang sebagian masyarakatnya mencari nafkah sebagai pedagang bawang merah. Di desa tersebut banyak sekali di jumpai berbagai macam latar belakang pelaku pasar.

Desa Sumberjo merupakan salah satu desa yang terbagi menjadi lima dusun yang berada di Kec Gondang, Kab Nganjuk. Desa tersebut sebagian wilyahnya cocok sebagai lahan pertanian khususnya bawang merah. Oleh sebab itu masyarakat desa sumberjo berprofesi sebagai petani. Dari latar belakang tersebut bahwasanya desa sumberjo dijuluki sebagai sentra bawang merah kabupaten nganjuk. Bawang merah adalah sebagai komoditi terbesar yang ada di desa sumberjo, berbagai kegiatan yang dilakukan masyarakat berhubungan dengan bawang merah di daerah tersebut banyak sekali, dan salah satunya adalah jual beli bawang merah yang dilakukan petani dan pedagang bawang merah di desa sumberjo.

Masyarakat Desa Sumberjo Kecamatan Gondang Kabupaten Nganjuk mayoritas beragama Islam. Akan tetapi, dalam melakukan transaksi jual beli bawang merah itu seringkali terjadi praktek-praktek yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam misalnya perubahan kesepakatan harga, menunda-nunda dalam pembayaran<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Pak Ali, *Petani (Penjual)*, Nganjuk, 29 november 2015

Pada jual beli bawang merah di masyarakat desa Sumberjo, Kecamatan Gondang, Kabupaten Nganjuk dilakukan dengan system pesan. Pedagang melakukan pemesanan barang yaitu bawang merah milik petani, dengan cara ketika bawang merah baru di panen oleh petani dari sawahnya terus dibawa pulang, sampai dirumah para pedagang akan datang dengan sendirinya untuk membeli untuk menawar bawang merah para petani yang sudah dipanen, setelah itu maka tawar-menawar antara pedagang dan pemilik bawang merah atau petani akan terjadi..

Dalam transaksi bawang merah di desa sumberjo, kec. Gondang, Kab. Nganjuk pihak pedagang sering kali melakukan perubahan harga ketika pembayaran terjadi kepada petani atau pemilik bawang merah, dikarenakan kualitas bawang merah tidak sesuai dengan apa yang diinginkan<sup>16</sup>. Kejadian ini sangat mengecewakan bagi petani sebab awalnya bawang merah mereka laku dengan harga mahal dengan harapan mendapatkan hasil yang besar dengan adanya perubahan harga tersebut, maka hasil dari penjualan akan lebih sedikit sebab mendapatkan potongan harga. Dari pihak petani sendiri sudah mengeluarkan uang untuk membayar jasa para pemotong daun bawang merah, selain itu menunda-nunda pembayaran yang dilakukan pembeli, kejadian ini tidak ada kesepakatan di awal transaksi padahal bawang merahnya (barangnya) sudah ada.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Pak Salamun, *Pelaku Pasar (Pembeli)* Nganjuk, 03 Desember 2015

<sup>17</sup> Pak Imam, *Petani (Penjual)*, Nganjuk, 29 november 1015

Melihat fenomena itulah penulis memandang etika bisnis Islam guna memberikan pandangann tentang polemik yang ada. Sehingga tidak ada lagi praktek-praktek yang merugikan di antara pelaku bisnis sehingga tidak ada lagi keraguan umat Islam untuk menjalankan bisnisnya. Sebab dalam realita yang terjadi terdapat kecenderungan bisnis tanpa memperhatikan etika, kekuatan modal menjadi senjata andalan untuk bersaing dalam dunia bisnisnya, kondisi ini semakin di pengaruhi sedangkan mundurnya nilai moralitas dan etika dalam berbisnis sehingga muncul anggapan bahwa bisnis adalah “dunia hitam”<sup>18</sup> namun dalam mengahdapi kecenderungan tersebut Al-Quran banyak memberikan garis-garis dalam kerangka penambahan bisnis yang menyangkut semua pelaku ekonomi tanpa membedakan kelas.<sup>19</sup>

fenomena itulah peneliti memandang ekonomi syari’ah dapat memecahkan polemik yang ada. Dan itu membutuhkan pencarian dari kajian ekonomi syari’ah sehingga tidak ada lagi praktek jual beli yang merugikan salah satu pihak ataupun kedua belah pihak

Berdasarkan itulah yang melatarbelakangi penulisan pemilihan judul: **ANALISIS PERILAKU PELAKU PASAR BAWANG MERAH DI DESA SUMBERJO, KEC GONDANG, KAB NGANJUK DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM** sebagai bahan penelitian tugas akhir kuliah.

---

<sup>18</sup> Muhammad/Luqman Fauroni, *Visi Al-Quran Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta : Salemba Diniyah, 2002), 2.

<sup>19</sup> Quraish Shihab, *Etika Bisnis dalam Al-Quran*, No. 3. VII/1997

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana perilaku pelaku pasar bawang merah Di Desa Sumberjo, Kec Gondang, Kab Nganjuk?
2. Bagaimana perilaku pelaku pasar bawang merah Di Desa Sumberjo, Kec Gondang, Kab Nganjuk ditinjau dari etika bisnis Islam?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui perilaku pelaku pasar bawang merah Di Desa Sumberjo, Kec Gondang, Kab Nganjuk
2. Untuk mengetahui perilaku pelaku pasar bawang merah Di Desa Sumberjo, Kec Gondang, Kab Nganjuk ditinjau dari etika bisnis Islam

**D. Kegunaan Penelitian**

1. Untuk penulis, dapat membandingkan konsep etika bisnis Islam yang dipelajari di kampus dan apa yang terjadi dimasyarakat.
2. Dapat di jadikan acuan lagi bagi peneliti yang ingin mengkaji masalah ini suatu saat nanti.
3. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan masyarakat apabila ditemukan kasus yang sama.