

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kehidupan sehari-hari seorang manusia, tidak pernah luput dari yang namanya bertransaksi antar manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Karena itulah manusia disebut sebagai makhluk sosial. Karena pada diri manusia ada suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Manusia juga tidak akan pernah bisa hidup sendiri tanpa adanya orang lain yang juga hidup ditengah-tengahnya. Manusia berinteraksi dengan sesamanya dalam kehidupan untuk menghasilkan pergaulan hidup dalam kelompok sosial. Karena itu dapat dikatakan bahwa interaksi sosial adalah proses-proses sosial, yang merujuk pada hubungan-hubungan sosial yang dinamis.¹

Bisnis selalu memegang peranan yang sangat vital di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa, sehingga kepentingan bisnis akan mempengaruhi tingkah laku bagi semua tingkat individu, sosial regional, nasional, dan internasional.² Umat Islam telah lama terlibat dalam dunia bisnis, yakni sejak empat belas abad yang silam. Fenomena tersebut bukanlah suatu hal yang aneh, karena Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis. Rasulullah SAW. sendiri terlibat di dalam kegiatan bisnis selaku pedagang bersama istrinya Khadijah.

¹ Elly dan Setiadi, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2006), 86.

² Merza Gamal, *Aktivitas Ekonomi Syariah* (Pekanbaru: Unri Press, 2004), 08.

Al-Qur'an memandang bisnis sebagai pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan. Kitab suci umat Islam ini dengan tandas mendorong para pedagang untuk melakukan sebuah perjalanan jauh dan melakukan bisnis dengan para penduduk di negeri asing. Hal ini berarti bahwa perdagangan lintas batas atau globalisasi bukanlah sesuatu yang aneh dalam Al-Qur'an.

Perilaku berarti kelakuan, perbuatan, sikap, tingkah, dan pedagang adalah seseorang yang menjual, mengganti, dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Perdagangan atau jual beli secara bahasa (*luġhatan*) berasal dari bahasa Arab *al-bai'*, *al-tijarah*, *al-mubadalah* artinya mengambil, memberikan sesuatu atau barter. Secara istilah (syariah) ulama fikih dan pakar mendefinisikan secara berbeda-beda bergantung pada sudut pandangnya masing-masing.³

Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah SWT. Sikap adil (*al-'adl*) termasuk diantara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam semua aspek ekonomi Islam. Al-Qur'an telah menjadikan tujuan semua risalah langit adalah untuk melaksanakan keadilan. "*Al-'adl*" adalah termasuk diantara nama-nama Allah SWT. Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam setiap hubungan dagang dan kontrak-kontrak bisnis.⁴

Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil dari kegiatan tersebut. Pengertian peternakan tidak terbatas pada pemeliharaan saja, memelihara dan

³ Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 75.

⁴ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan Media Utama, 2006), 72.

peternakan perbedaannya terletak pada tujuannya yang ditetapkan. Tujuan peternakan adalah mencari keuntungan dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen pada faktor-faktor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal. Berdasarkan ukuran hewan ternak, bidang peternakan dapat dibagi atas dua golongan, yaitu peternakan hewan besar seperti sapi, kerbau dan kuda. Sedang kelompok kedua yaitu peternakan hewan kecil seperti ayam, kelinci dll.⁵

Ternak sapi merupakan pemeliharaan yang dimanfaatkan susu dan dagingnya sebagai pangan manusia, hasil sampingan seperti kulit, jeroan, tanduk dan kotorannya juga dimanfaatkan untuk berbagai keperluan manusia, disejumlah tempat, sapi juga dipakai sebagai penggerak alat transportasi, pengolahan lahan tanam (bajak) dan alat transportasi lainnya.

Pengertian perilaku pedagang tersusun dari dua kata, yaitu kata *perilaku* dan *pedagang*. Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia. Perilaku manusia sederhananya di dorong oleh motif tertentu.⁶ Sedangkan pengertian perdagangan atau jual beli secara bahasa (*lughatan*) berasal dari bahasa Arab *al-bai'*, *al-tijarah*, *al-mubadalah* artinya mengambil, memberikan sesuatu atau barter. Secara istilah (*syariah*) ulama fikih dan pakar mendefinisikan secara berbeda-beda bergantung pada sudut pandangnya masing-masing. Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar.

⁵Pengertian Peternakan, *Wikipedia*, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/peternakan.co.id>, diakses tanggal 15 Agustus 2018.

⁶ Albara, "Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi," *Academia*, Vol. 5, No.2, (2016), 247.

Perbuatan, sikap dan tingkah laku yang dilakukan pedagang dalam berbisnis seharusnya sesuai dengan etika berbisnis, karena merupakan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru yakni bahwa bisnis tidak terpisah dari etika. Meskipun para pedagang muslim yang senantiasa turut aktif dalam aktivitas dunia perdagangan maka sudah menjadi kewajiban bagi mereka untuk menerapkan praktek perdagangan yang sesuai dengan ajaran Islam. Karena setiap tindakan mereka juga menyangkut kehidupan akhiratnya kelak dan setiap perbuatan pasti akan dimintai pertanggung jawaban. Pertanggung jawaban habluminallah di akhirat kelak dan pertanggungjawaban habluminannas dengan manusia yaitu dengan pihak yang berwenang apabila menyalahi undang-undang yang berlaku.

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan oleh seorang individu. Pada dasarnya, etika sangat berpengaruh terhadap para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya.⁷

Menurut Al-Qur'an, bisnis yang menguntungkan adalah bukan hanya dengan melakukan ukuran yang benar dan timbangan yang tepat, tetapi juga dengan menghindarkan segala bentuk dan praktek kecurangan yang kotor dan korup sebagaimana yang diungkapkan dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf: 85 dan Al-Qur'an Surah Al-Isra': 35.

⁷A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Amzah, 2010), 47.

Diantara sebab-sebab yang paling besar diperolehnya rezeki ialah dengan jalan perniagaan.⁸ Berdagang (berniaga) merupakan pekerjaan yang mengikuti jejak Nabi Muhammad Saw. Nabi Muhammad Saw semenjak dari kecil sudah menjadi pedagang dan beliau merupakan pedagang yang jujur, adil dan tidak pernah mengecewakan pembelinya. Beliau selalu menjual barang dagangannya dengan kualitas yang baik sesuai dengan keinginan dari pembeli dan juga bertanggungjawab pada setiap transaksi yang dilakukan. Bahkan beliau juga meletakkan prinsip-prinsip dasar dalam transaksi secara adil.⁹ Dalam etika bisnis Islam terdapat prinsip-prinsip yang harus terpenuhi untuk melakukan suatu bisnis/usaha. Diantaranya adalah jujur dalam takaran, menjual barang yang baik mutunya, dilarang menggunakan sumpah, bermurah hati, membangun hubungan baik, tertib administrasi, menetapkan harga dengan transparan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut maka bisnis/usaha yang dilakukan oleh pebisnis sesuai dengan etika bisnis Islam, pebisnis juga tidak akan melakukan kecurangan dalam mencari keuntungan yang lebih. Sebab ada cara lain untuk mendapatkan keuntungan tanpa harus menyimpang dari etika bisnis Islam.

Pasar tradisional sudah ada sejak kerajaan Kutai Kertanegara, yaitu pada abad ke-5 Masehi. Ketika zaman penjajahan Belanda, pasar tradisional mulai diberikan tempat yang layak dengan didirikannya bangunan yang cukup besar pada masa itu, seperti Pasar Beringharjo di Yogyakarta, Pasar Johar di Semarang, dan Pasar Gede di Solo. Data dari Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (IKAPPI) menyebutkan jumlah pasar tradisional berjumlah sekitar 9.950 pasar pada tahun

⁸ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 1-2.

⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: YKPN, 2004), XI.

(2007-2011). Total jumlah pedagang pasar tradisional berkisar 12.625.000 orang. Di sejumlah tempat di daerah Jawa terdapat pasar tradisional yang mengikuti pasaran (hari penanggalan) Jawa seperti pasar Pon, Kliwon, Wage, dan Pahing. Para pedagang dan pembeli mengikuti penanggalan pasar tersebut. Misalnya pada hari pasaran Kliwon, maka pasar Kliwon disuatu tempat akan ramai oleh para pedagang dan pembeli. Sementara di hari lainnya pasar Kliwon tidak ramai, mungkin hanya ada beberapa pedagang saja.

Sedangkan pasar sapi yang ada di Kediri, juga mengikuti pasaran (hari penanggalan) Jawa. Uniknya pasar sapi ini karena berdagangnya mengikuti pasaran yaitu Pon, Kliwon, Wage dan Pahing. Dikarenakan mengikuti pasaran karena berdagangnya tidak bertemu menjadi satu karena alasannya yang diperdagangkan sapi yang harga jualnya cukup mahal. Pasar sapi yang ada di Kediri terletak di kota Pare yang berdagang sapi pada pasaran Wage saja, pasar Brenggolo yang terletak di plosoklaten berdagang sapi pada pasaran Pon, pasar Pagu berdagang sapi pada pasaran Kliwon dan di pasar wates berdagang sapi pada pasaran Pahing. Berikut merupakan data jumlah pedagang pasar tradisional di area Kediri.

Tabel 1.1 Jumlah Pedagang Pasar Tradisional di Kediri

Pasar Pon	Pasara Wage	Pasar Kliwon	Pasar Pahing
150	250	160	175

Sumber: Arsip sekretaris pasar pon, wage, kliwon, pahing di Kediri Tahun 2017/2018.

Pasar pon adalah pasar yang aktivitasnya ramai oleh pedagang dan pembeli pada saat pasaran pon (hari penanggalan Jawa). Sementara di hari pasaran lainnya tidak ada aktivitas jual beli sapi. Aktivitas pedagang sapi di pasar sapi pon dimulai dari jam 07.00 – 12.00 WIB. Pasar pon Desa Drenggolo merupakan pasar yang menjadi barometer para pedagang sapi khususnya di Kediri. Pedagang di pasar Pon berkisar kurang lebih sekitar 150 orang pedagang sapi. Peneliti tertarik untuk meneliti pasar sapi pon dikarenakan terdapat jumlah pedagang yang sedikit akan tetapi jumlah permintaan sapi di pasar pon sangat meningkat. Selain itu dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa pembeli di pasar pon desa Brenggolo bahwasanya pasar sapi pon rentan adanya kecurangan yang dilakukan oleh pedagang sapi yang ada di pasar sapi pon.

Pedagang di pasar sapi tersebut tidak hanya pedagang dari dalam kota Kediri saja, tetapi juga dari luar kota Kediri seperti Jombang, Nganjuk, Blitar dll. Bahkan ketika mendekati hari raya Qurban sangat ramai penjual dari berbagai kota. Sapi yang dijual di pasar sapi pon di desa Brenggolo ini sangat bervariasi mulai dari sapi yang masih kecil sampai sapi yang sudah besar dan harganya pun juga bervariasi tergantung dari kualitas sapi-sapi tersebut. Untuk mendapatkan data di pasar sapi pon selain wawancara peneliti juga berkesempatan mengamati setiap transaksi jual beli para pedagang yang ada di pasaran sapi pon desa Brenggolo, dengan hadirnya peneliti dari mulainya pasar sapi pon buka sampai dengan pasar tutup. Pentingnya penelitian ini diteliti karena untuk mengetahui perilaku pedagang yang ada di pasar sapi Pon Desa Brenggolo.

Berdasarkan observasi terhadap fenomena perilaku pedagang pada pasar pon desa brenggolo sebagai berikut :

1. Menyembunyikan cacat dari sapi yang diperdagangkan agar mudah laku dipasaran diantaranya sapi yang kelihatanya sehat tetapi ternyata sakit.
2. Melumuri badan ternak dengan minyak agar terlihat mengkilat dan segar.
3. Mengecat bulu sapi agar terlihat seperti hewan asli kawin silang.
4. Pedagang sapi melakukan sumpah palsu seperti memberikan penjelasan yang tidak jujur terkait sapi yang diperdagangkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR SAPI DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi kasus pasar sapi pon di desa brenggolo kec. Plosoklaten kab. kediri)”.

B. Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang dan judul di atas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah perilaku pedagang Pasar Sapi Pon Desa Brenggolo Kec. Plosoklaten Kab. Kediri ?
2. Bagaimanakah perilaku pedagang Pasar Sapi Pon Desa Brenggolo Kec. Plosoklaten Kab. Kediri ditinjau dari Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perilaku pedagang Pasar Sapi Pon yang ada di Desa Brenggolo Kec Plosoklaten Kab. Kediri.
2. Untuk menganalisis perilaku pedagang Pasar Sapi Pon yang ada di Desa Brenggolo Kec Plosoklaten Kab. Kediri ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dapat dijabarkan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Salah satu sarana penerapan Ilmu Ekonomi yang sudah didapatkan diperkuliahan dan untuk memperoleh pengalaman dalam penulisan karya ilmiah serta menambah wawasan tentang perilaku berbisnis yang baik dan sesuai dengan syariat Islam.

2. Bagi lembaga pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa dalam penguasaan materi yang sudah diperoleh diperkuliahan serta dapat menambah literatur dan berguna bagi penelitian lebih lanjut berkenaan dengan topik penelitian ini.

3. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi pengetahuan atau penambah wawasan yang berniat untuk

mempelajari permasalahan yang sama dalam mempelajari bagaimana berbisnis yang sesuai dengan syariat Islam.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan inspirasi penulis melakukan penelitian pada bidang ini atau dengan kata lain penelitian ini berawal dari penelitian sebelumnya. Adapun penelitian sebelumnya yang berkaitan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang membahas mengenai perilaku pedagang yang ditulis oleh Mahfud tahun 2015 mahasiswa pascasarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul tesis “Etika Bisnis islam sektor informal (studi kasus pedagang buah di pasar srimangunan kabupaten sampang) Adapun perbedaan penelitian yang peneliti ambil dengan penelitian terdahulu adalah sudah jelas pada study kasusnya. Serta latar belakang masalah yang didapat peneliti sebelumnya dengan penelitian sekarang juga sudah jelas berbeda. Pada penelitian terdahulu berusaha mengungkapkan tentang perilaku pedagang di pasar srimangunan kabupaten sampang. Sedangkan penelitian yang sekarang menitik beratkan pada perilaku pedagang di pasar sapi pon desa berenggolo kecamatan plosoklaten kabupaten kediri dengan menggunakan sembilan etika pemasar.
2. Penelitian yang membahas mengenai perilaku pedagang yang kedua ditulis oleh saudara Djamaluddin Sholeh tahun 2006 mahasiswa Pascasarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul Tesis “etika ekonomi dawam raharjo dalam perspektif Islam. Persamaan dengan

penelitian yang terdahulu sama-sama meneliti etika ekonomi islam
Adapun perbedaan pada penelitian terdahulu membahas tentang
perilaku ekonomi dawam raharjo dalam perspektif islam. Sedangkan
penelitian sekarang mengarah pada perilaku keseluruhan pelaku dagang
mengenai kejujuran, keramahan, serta perilaku lain yang sesuai dengan
etika bisnis Islam. Yakni peneliti menggunakan beberapa indikator
yang digunakan untuk meneliti perilaku pedagang. Yakni pada
penelitian ini peneliti menggunakan sembilan etika pemasar yang
digunakan untuk meneliti masing-masing dari pedagang di pasar.

3. Penelitian oleh Siti Mina Kusnia mahasiswi jurusan Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Uin Walisongo Semarang,
dalam tesisnya yang berjudul “Perilaku pedagang di pasar tradisional
Ngaliyan Semarang dalam perspektif Etika Bisnis Islam”. Persamaan
dengan penelitian yang sekarang adalah sama-sama tinjauan dari etika
bisnis islam. Perbedaanya dengan penelitian dari Siti Mina Kusnia
adalah dari sisi objek penelitian baik dari segi lokasi maupun jenis
pasar yang akan diteliti. Pasar yang diteliti oleh peneliti berlokasi di
Desa Brenggolo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri dengan
jenis pasar hewan. Sedangkan pada penelitian Siti Mina Kusnia pasar
yang diteliti berlokasi di Ngaliyan Semarang dengan jenis pasar yaitu
pasar umum tradisional. Selain untuk mengetahui tentang perilaku
pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang menurut etika bisnis
islam, tujuan penelitian Siti Mina Kusnia adalah untuk mengetahui

seberapa jauh pemahaman pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang mengenai etika bisnis islam.

4. Penelitian yang membahas mengenai perilaku pedagang ditulis oleh saudara Arfan Muzaki tahun 2012 yang berjudul “PERILAKU PEDAGANG UNGGAS DI PASAR BANJARAN KOTA KEDIRI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM”. Adapun perbedaan penelitian yang peneliti ambil dengan penelitian terdahulu adalah sudah jelas pada study kasusnya. Serta latar belakang masalah yang didapat peneliti sebelumnya dengan penelitian sekarang juga sudah jelas berbeda. Pada penelitian terdahulu berusaha mengungkapkan tentang perilaku pedagang yang menitik beratkan pada kejujuran dan tindak perilaku pedagang terhadap binatang dagangannya. Serta menitik beratkan pada bermacam-macam jual beli yang sah dan dilarang dalam Islam. Sedangkan penelitian yang sekarang selain kejujuran juga dikembangkan dengan menggunakan sembilan etika pemasar.
5. Dalam jurnal “Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur”. Jurnal Vol. 06 No. 2 ISSN. : 2443-0056. (Lalu Muhammad Shabiran dkk, 2017). Berdasarkan hasil penelitian bahwa dari kelima informan dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa etika bisnis pedagang belum sesuai dengan prinsip etika bisnis yang diajarkan Rasulullah seperti siddiq, tabliq, amanah, fathonah.

Padahal dalam Islam kita dianjurkan untuk selalu jujur, terbuka, dan tidak saling merugikan antara pihak penjual maupun pembeli.

6. Dalam jurnal “Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasirian”. Jurnal Vol. 06 No. 2. (Muhammad Farid dkk, 2015). Berdasarkan hasil penelitian bahwa dalam perdagangan sapi di pasar hewan Pasirian untuk penerapan prinsip kejujurannya masih kurang dikarenakan masih ada beberapa pedagang yang berlaku curang dan adanya pedagang yang tidak mentaati peraturan pasar, namun jumlahnya sangat minimal. Penulis menilai hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai etika bisnis Islam bagi para pedagang dan pemikiran mereka tentang bisnis hanyalah untuk mencari keuntungan materi semata.
7. Dalam jurnal “Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya”. Jurnal Vol. 01 No. 4. (Siti Nur Azizaturrahmah dkk, 2014). Berdasarkan hasil penelitian bahwa secara umum para pedagang muslim Pasar Wonokromo memahami etika sebagai tatakrama dan perilaku yang baik dalam berdagang. Dan secara umum para pedagang muslim Pasar Wonokromo sudah memahami etika berdagang Islami sesuai yang dikemukakan oleh Haidar Naqvi (1993:86-105) yaitu prinsip kesatuan (tauhid), prinsip kesetimbangan (keadilan), prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran.