

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang subur alamnya dan memiliki iklim yang cocok untuk bisnis ataupun sekedar pemeliharaan hewan ternak seperti halnya sapi dan hewan ternak lainnya. Terutama untuk sapi, dapat dipelihara dengan cara dikandangkan di rumah dan juga bisa dipelihara seperti berada di alam bebas dengan ukuran lahan yang luas dan dibatasi dengan pagar. Karena masyarakat Indonesia sebahagian besar adalah petani, sangat memungkinkan untuk mereka memiliki usaha pemeliharaan hewan sebagai usaha sampingan yang bisa dimanfaatkan sebagai alat bantu bercocok tanam atau sebagai penambah tabungan di masa mendatang serta ada juga yang dengan serius dalam berternak untuk dijadikan bisnis yang mampu mencukupi kebutuhan hidupnya.

Saat ini dunia bisnis tumbuh dan berkembang pesat. Ini terbukti dengan adanya berbagai macam jenis barang dan jasa yang ditawarkan di tengah-tengah masyarakat. Dalam perekonomian saat ini, bisnis memainkan peran sangat penting bagi perubahan perekonomian dan pembangunan serta perkembangan industri selalu dimulai dengan perkembangan bisnis. Sebab bisnis membawa *signal* yang memberi tanda tentang apa yang dikehendaki masyarakat.¹

¹ Ahmad Hulaini, “*Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi*”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol.2, No.1*, (Januari-Juni 2017)

Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi, melainkan juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para *stakeholders* nya. Bisnis tidak dipandang secara sempit dengan tujuan memaksimalkan nilai (ekonomi) bagi pemiliknya, tetapi bisnis harus tetap mempertimbangkan segala sesuatu yang mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut. Tujuan bisnis untuk memaksimumkan keuntungan bagi pemilik perusahaan dapat dicapai secara lebih baik yaitu dengan memperhatikan manusia, memanusiakan manusia dan melakukan langkah-langkah yang harmonis dengan seluruh *stakeholders*, seluruh partisipan dan lingkungan tempat perusahaan berada.²

Pada hakikatnya Islam membolehkan semua bentuk kerjasama dalam jual beli yang berkembang dalam masyarakat, selama kerja sama tersebut mendatangkan manfaat dan tujuan untuk saling tolong menolong antar masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam Hukum Islam dikenal istilah yang berkenaan dengan jual beli perantara yaitu *simsar* yakni perantara di antara penjual dan pembeli untuk menyempurnakan jual-beli dan yang semua ketentuannya telah ditulis dalam Hukum Islam khususnya dalam aspek muamalat.

Secara umum perantara atau makelar dalam perdagangan adalah orang yang menjualkan barang, mencarikan pembeli atau perantara antara penjual dan pembeli untuk memudahkan jual beli. Makelar atau perantara dalam perdagangan adalah seseorang yang menjembatani penjual dan

² Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, Artikel *Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Jakarta: Fak. Syariah UIN Syarif Hidayatullah, 2014), 118.

pembeli, dizaman kita ini sangat penting artinya dibanding dengan masa-masa yang telah lalu, karena terikatnya hubungan perdagangan antara pedagang kolektif dan pedagang perorangan, sehingga makelar berperan sangat penting. Dalam hal ini makelar adalah seseorang yang menjualkan barang orang lain atas dasar bahwa seseorang itu akan diberi upah oleh yang punya barang sesuai dengan usahanya.

Dalam hal ini makelar bertugas untuk menjembatani kepentingan antara pihak penjual dan pembeli. Namun pada praktek kinerjanya di lapangan banyak berbagai bentuk cara kerja dari seorang makelar. Dari yang ingin untung sendiri dengan cara menambahkan harga barang tanpa sepengetahuan antara kedua belah pihak dan mengorbankan kepentingan salah satu pihak dan tidak bertanggung jawab atas resiko yang mungkin terjadi, sampai yang profesional dengan benar-benar menjembatani kepentingan pihak-pihak yang dihubungkan dan dapat di pertanggung jawabkan.

Menurut bahasa perilaku berarti kelakuan, perbuatan, sikap dan tingkah.³ Perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.⁴ Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral – moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk kepada

³ Yasin Sulchan, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Jakarta: Aputra Karya, 2014), 274.

⁴ Zakiyah dan Bitang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)*, *Jurnal Sociologie*, Vol. 1, 331.

norma-norma moral yang terdapat pada masyarakat dan perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini.

Perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor pendidikan. Pendidikan mempunyai peranan penting dalam mengubah dan menguatkan perilaku, sehingga menimbulkan perilaku positif maupun perilaku negatif. Karena melalui pendidikan, manusia semakin mengetahui dan sadar akan sesuatu yang baik dan buruk untuk dilaksanakan dan ditinggalkan. Selain faktor pendidikan, pengetahuan juga menjadi faktor seseorang dalam berperilaku. Pengetahuan merupakan hasil dari pengalaman setelah orang melakukan penginderaan terhadap objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui pancaindera manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Faktor selanjutnya adalah sikap. Sikap pada hakekatnya adalah tingkah laku yang tersembunyi yang terjadi secara disadari ataupun tidak disadari. Tingkah laku tersembunyi ditambahkan dengan faktor-faktor yang lain dari dalam diri individu seperti dorongan, kehendak, kebebasan akan menimbulkan tingkah laku nyata (*over behavior*).⁵

Sosiologi ekonomi dapat didefinisikan dengan dua cara. Pertama, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antara masyarakat yang di dalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Dalam hubungan tersebut dapat dilihat bagaimana

⁵ Sinta Lestari, *Perilaku Pedagang Dalam Membuang Sampah (Studi Di Kawasan Bandar Jaya Plaza Kelurahan Bandarjaya Timur, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengan)* (Lampung: Fakultas Sosila Dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung, 2016), 14-16.

masyarakat mempengaruhi ekonomi. Juga sebaliknya, bagaimana ekonomi mempengaruhi masyarakat.

Dengan pemahaman konsep masyarakat seperti diatas, bisa di katakan sosiologi ekonomi adalah ilmu yang mengkaji masyarakat yang di dalamnya terdapat proses dan pola interaksi sosial yang berhubungan dengan ekonomi. Hubungan disini dilihat dari sisi saling pengaruh dan mempengaruhi. Masyarakat sebagai realitas eksternal objektif akan menuntun individu dalam melakukan kegiatan ekonomi yang kaitannya dengan makelar seperti, bagaimana dan apa saja yang bisa diperjual-belikan oleh makelar.

Sosiologi Ekonomi Islam merupakan konsep yang dapat dipahami dalam dua arti, yakni: pertama, ekonomi Islam dalam perspektif sosiologi, dan kedua, sosiologi ekonomi dalam perspektif Islam.⁶ Maka dari itu sosiologi ekonomi Islam dipahami sebagai suatu kajian sosiologis yang mempelajari fenomena ekonomi, yakni gejala-gejala tentang bagaimana cara manusia memenuhi kebutuhan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan tidak mengesampingkan syari'at Islam.

Dalam kajian ekonomi dibagi menjadi ekonomi mikro serta ekonomi makro. Ekonomi mikro mempelajari suatu perilaku tiap individu dalam melakukan setiap unit ekonomi. Yang dapat berperan sebagai konsumen, produsen, investor, maupun pedagang. Pembahasan ekonomi mikro islam didasarkan pada sebuah teori. Teori di bangun untuk menerangkan fenomena yang terjadi dalam suatu waktu dengan

⁶ Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo: STIEF-IPMAFA, 2016), 15.

menggunakan hukum yang tidak bertentangan dengan syariah. Dengan tujuan untuk mendapatkan keyakinan yang kuat tentang teori ekonomi islam yang relevan dan dapat di terapkan di dunia nyata.⁷

Dalam ajaran Islam dijelaskan bahwa dalam perdagangan, seseorang dituntut untuk memperhatikan etika bisnis yang bersumber dari ajaran Allah SWT melalui Al-Qur'an dan As-Sunnah. Baik barang yang dipedagangkan maupun yang diperolehnya. Karena pekerjaan berdagang atau jual-beli adalah sebagian dari pekerjaan bisnis yang kebanyakan masyarakat kita lakukan dan selalu ingin meraup laba yang besar untuk kebutuhan hidupnya. Ditambah perkembangan zaman yang juga diiringi dengan semakin ketatnya perekonomian mengakibatkan banyaknya persaingan antar pedagang. Jika laba besar yang menjadi tujuan akhir dari usahanya maka mereka akan menghalalkan berbagai cara. Maka diperlukan sifat kejujuran dalam berbisnis. Kejujuran merupakan pedoman awal yang harus dimiliki seseorang dalam dunia perdagangan. Kejujuran dan kebiasaan berkata benar adalah kualitas – kualitas yang harus dikembangkan dan di praktekan dalam dunia perdagangan. Dengan menerapkan kejujuran dalam kegiatan perdagangan yang dilakukan melalui makelar sapi maka akan menciptakan kepercayaan dan kepuasan antara penjual dan pembeli dan juga tidak luput dari syariat Islam.⁸

Pasar Wage adalah pasar hewan yang berada di Padukuhan Banjardowo, Desa Banjarjo, Kec. Padangan, Kab. Bojonegoro yang lebih tepatnya sekitar 500 meter dari pom klotok. Pasar wage berdiri sejak tahun

⁷ Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 5.

⁸ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 105.

1932, kenapa dinamakan pasar wage karena pasar hewan ini memilih pasaran jawa wage untuk menjadi keaktifan operasinya dan pada saat pasaran wage pasar tersebut menjadi tempat terjadinya jual-beli hewan ternak dan juga hewan pedaging untuk masyarakat Kab. Bojonegoro dan Kabupaten sekitar, seperti Kab. Tuban dan beberapa Kabupaten yang berada di Provinsi Jawa tengah. Beberapa hewan ternak yang diperjual belikan di pasar tersebut diantaranya adalah hewan sapi, kambing dan juga kerbau. Tetapi dalam kurun waktu 2 tahun ini volume hewan yang diperjual belikan di pasar wage tersebut mengalami sedikit penurunan dari tahun-tahun yang sebelumnya dimana volume sapi yang dulunya 650-800 ekor sapi sekarang hanya 500-650 ekor disetiap pasarannya, kambing yang biasanya 250-300 ekor sekarang tinggal 200-250 ekor saja dan juga kerbau yang terbilang stagnan yakni sekitar 50 ekor. Begitulah yang disampaikan oleh kepala desa setempat.⁹

Pasar wage selain sebagai pasar hewan ternak, pastinya juga menjadi ladang untuk pelaku bisnis guna memenuhi kebutuhan hidup. Ada beberapa pelaku bisnis yang ada di pasar wage diantaranya, ada penjual, pembeli dan juga makelar atau perantara dalam jual beli. Dalam perjalannya penjual berperan sebagai pemilik hewan ternak, pembeli menjadi konsumen dan makelar atau perantara sebagai orang yang menyewakan jasanya kepada penjual dan pembeli dalam proses jual beli hewan ternak. Pada pelaku bisnis sebagai pedagang sapi berjumlah 3 pedagang kolektif dan 8 pedagang perorangan, pedagang kambing

⁹ Bapak Agus Haryanto, Desa Banjarjo Kec.,. Padangan Kab. Bojonegoro, 14 Maret 2019

berjumlah 6 pedagang dan pedagang kerbau berjumlah 3 pedagang. Tetapi di sini peneliti hanya fokus pada perilaku makelar sapi yang menjadi perantara dalam terjadinya jual beli sapi di pasar wage karena hewan sapi yang menjadi komoditas tertinggi di pasar wage, daripada kambing dan kerbau. Selain menjadi komoditas tertinggi, jual-beli hewan sapi juga yang mempunyai peluang besar untuk adanya jasa seorang makelar tersebut yang digunakan oleh penjual dan pembeli, karena pada hewan kambing dan kerbau lebih banyak langsung ditangani oleh penjual dan pembeli dalam transaksinya. Makelar sapi yang ada di pasar wage sekitar 32 orang dan dalam kinerjanya makelar sapi membentuk tim guna mempermudah dalam jasanya. Biasanya satu tim terdiri dari 4 sampai 5 orang yang juga memiliki bentuk kerja masing-masing dan saling melengkapi untuk menyelesaikan pekerjaan jasanya. Beberapa bentuk kerjanya biasanya dibagi menjadi 2 hal yakni makelar untuk menjual barang yang berhubungan langsung dengan penjual dan makelar untuk pencari konsumen/pembeli. Dalam hal ini, diyakini oleh makelar untuk mempermudah dan mempercepat pekerjaannya sehingga mampu mendapatkan penghasilan yang banyak.

Fenomena yang terjadi dilapangan banyaknya perilaku-perilaku makelar yang banyak merugikan penjual maupun pembeli, antara lain:

1. menutupi jenis sapi yang dipasarkan, yang tidak sesuai dengan permintaan pembeli;
2. tidak adanya transparansi harga kepada penjual maupun pembeli pada setiap transaksinya;

3. pengambilan laba yang sangat banyak tanpa melihat syari'at Islam dimana dalam melakukan bisnis harus bersifat tolong menolong;
4. menutupi cacat barang (sapi) sehingga menguntungkan si pemilik sapi;
5. melonjaknya harga yang ditawarkan kepada pembeli dari harga yang diberikan oleh penjual sehingga menjadikan sapi sulit terjual yang berakibat merugikan penjual.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang perilaku makelar sapi berdasarkan Sosiologi Ekonomi Islam untuk dijadikan tema Skripsi dengan judul **“PERILAKU MAKELAR SAPI DITINJAU DARI SOSIOLOGI EKONOMI ISLAM (Studi Pada Pasar Wage, Desa Banjarjo, Kec. Padangan, Kab. Bojonegoro)”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana perilaku makelar sapi di pasar wage, Desa Banjarjo, Kec. Padangan, Kab. Bojonegoro?
2. Bagaimana perilaku makelar sapi di pasar wage, Desa Banjarjo, Kec. Padangan, Kab. Bojonegoro ditinjau dari sosiologi ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku makelar sapi di pasar wage, Desa Banjarjo, Kec. Padangan, Kab. Bojonegoro.

2. Untuk mengetahui bagaimana perilaku makelar sapi di pasar wage, Desa Banjarjo, Kec. Padangan, Kab. Bojonegoro dalam melakukan jasanya ditinjau dari sosiologi ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini, baik secara teoritis maupun secara praktis adalah:

1. Kegunaan secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, dan bagi mahasiswa lainnya di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya yang membahas tentang perilaku makelar atau perantara ditinjau dari sosiologi ekonomi islam.

2. Kegunaan secara praktis

- a. Bagi perpustakaan IAIN Kediri

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, dan bagi mahasiswa lainnya diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya yang membahas tentang perilaku makelar sapi ditinjau dari sosiologi ekonomi islam. Sehingga dapat mengetahui kemampuan mahasiswa khususnya Fakultas Syariah Prodi ekonomi Syariah dalam penguasaan materi yang telah didapatkan diperkuliahan ataupun yang tertarik untuk mendalami permasalahan permasalahan yang berhubungan dengan sosiologi ekonomi Islam, serta dapat menambah koleksi kepustakaan IAIN KEDIRI.

b. Bagi penulis

Menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan tentang ada tidaknya etika bisnis yang dilakukan balistik sapi. Menambah khasanah keilmuan tentang ekonomi islam khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pembaca umumnya.

c. Bagi Makelar

Akan terciptanya perilaku jual beli melalui jasa makelar yang tidak menyimpang dengan menerapkan nilai-nilai etika bisnis sehingga di peroleh keberkahaan hidup di dunia dan kemenangan di akhirat kelak.

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian yang ditulis oleh Yitna Yuono yang berjudul Transaksi Jual Beli Hewan Ternak Melalui Makelar Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus di Pasar Hewan Muntilan Kabupaten Magelang 2016) pada penelitian tersebut menitik beratkan pada pola transaksi yang melalui jasa makelar guna menjadi perantara dalam jual beli hewan ternak ditinjau dengan hukum Islam yang dimana adanya banyak kecurangan ditemukan dalam transaksi jual beli melalui makelar. Persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu berkaitan

dengan perilaku transaksi melalui jasa makelar namun dalam tinjauan yang berbeda.¹⁰

2. Penelitian yang ditulis oleh Lutfia Putri Pangestuti yang berjudul Strategi pedagang kecil muslim dalam persaingan antar pedagang kecil perspektif sosiologi ekonomi (Studi di Pasar Wage, Purwokerto, Banyumas, Jawa Tengah) pada penelitian tersebut menitik beratkan pada pola hubungan yang timbul dari persaingan pedagang kecil muslim dengan pedagang lainnya melalui pendekatan sosiologi ekonomi. Sedangkan penulis mengulas terkait perilaku makelar sapi melalui pendekatan sosiologi ekonomi islam.¹¹
3. Penelitian yang ditulis oleh Putri Nur Sarah yang berjudul Perilaku Produsen Peternak Lebah Madu Ditinjau Dari sosiologi Ekonomi Islam (Studi di Kampoeng Madu Dsn. Purworejo, Ds. Bringin Kec. Badas Kab. Kediri). Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan kualitatif, adapun tinjauan yang digunakan oleh peneliti yaitu penulis ingin mengetahui tentang sistematika pembahasan tentang perilaku dan sosiologi ekonomi Islam. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis bahwa di dalam skripsi ini digunakan teori yang berkaitan dengan perilaku dan sosiologi ekonomi Islam.¹²

¹⁰ Yitna Yuono, *Transaksi Jual Beli Hewan Ternak Melalui Makelar Ditinjau Dari Hukum Islam (Studi Kasus di Pasar Hewan Muntilan Kabupaten Magelang 2016)*. Skripsi, (Salatiga: IAIN Fakultas Syariah, 2016).

¹¹ Lutfia Putri Pangestuti, *Strategi Pedagang Kecil Muslim Dalam Persaingan Antar Pedagang Kecil Perspektif Sosiologi Ekonomi (Studi Di Pasar Wage, Purwokerto, Banyumas, Jawa Tengah)*. Skripsi, (Purwokerto: IAIN Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2015).

¹² Putri Nur Sarah, *Perilaku Produsen Peternak Lebah Madu Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam (Studi Di Kampoeng Madu Dsn. Purworejo Ds. Bringin Kec. Badas Kab. Kediri)*. Skripsi (Kediri: IAIN Fakultas syariah, 2018).