

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Indonesia sebagai Negara berkembang, perekonomian akan menjadi salah satu perhatian yang terus ditingkatkan. Ekonomi Islam sesungguhnya mengatur tentang keberadaan suatu pasar, karena pasar merupakan bagian penting dalam kehidupan seorang muslim. Bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang muslim dalam kehidupan ekonomi. Hal tersebut pernah dilakukan oleh Rasulullah ketika berhijrah ke Madinah, yang mana beliau banyak pergi ke pasar untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>1</sup>

Pasar memiliki peran yang penting dalam ekonomi, karena kemaslahatan manusia dalam mata pencaharian tidak mungkin terwujud tanpa adanya saling tukar menukar. Pasar adalah tempat orang berjual beli juga berarti kekuatan penawaran dan permintaan dan hubungan sosial berupa usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang tanpa ada pedagang dan pembeli maka tempat tersebut tidak bisa disebut sebagai pasar.<sup>2</sup> Selain itu, jual beli termasuk mata pencaharian yang lebih sering dipraktikkan para sahabat Rasulullah Saw dibandingkan dengan mata pencaharian lainnya, seperti perdagangan, pertanian dan yang lainnya.

---

<sup>1</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 301.

<sup>2</sup> Kadir, *Hukum Bisnis Syari'ah Dalam Al-Qur'an* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 73.

Pada dasarnya, ekonomi Islam mengatur kegiatan perniagaan atau perdagangan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka dan melarang hal-hal yang bersifat batil, seperti adanya penipuan, tindak kecurangan, melakukan kebohongan atas kebaikan barang, serta menyembunyikan aib yang terdapat dalam suatu barang.<sup>3</sup> Perdagangan adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa merubah bentuk dan tanggung jawab dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dagang merupakan pekerjaan yang berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan.<sup>4</sup>

Perdagangan atau pertukaran dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai proses transaksi yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kepada kedua belah pihak atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan kegunaan bagi pihak yang terlibat. Bagi orang muslim, kegiatan berdagang sebenarnya lebih tinggi derajatnya yaitu dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Berdagang adalah sebagian dari hidup kita, yang harus ditujukan untuk beribadah kepada-Nya, dan wadah untuk berbuat baik pada sesama.<sup>5</sup>

Dalam kegiatan perdagangan, pelaku usaha (pedagang) dan konsumen sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Untuk itu perlu adanya nilai-nilai yang mengatur kegiatan tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang

---

<sup>3</sup> Sofyan Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 135.

<sup>4</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), 179.

<sup>5</sup> Jusmaliani, Masyhuri, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 1.

dirugikan. Oleh sebab itu perlu adanya perhatian khusus terhadap perilaku pedagang. Perilaku itu sendiri dapat diartikan sebagai baik buruknya moral pedagang dalam melakukan perdagangan. Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, 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. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.<sup>6</sup>

Kegiatan ekonomi masyarakat secara garis besar merupakan kegiatan pokok yaitu kegiatan produksi, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi. Timbulnya kegiatan produksi adalah karena adanya kebutuhan manusia untuk melakukan kegiatan konsumsi. Semakin maju peradaban manusia, kebutuhan konsumsi akan semakin kompleks sehingga memerlukan kerjasama antar masyarakat untuk memenuhi kebutuhan produksi dan konsumsi. Oleh karena itu, Islam menjelaskan bahwa dalam dunia ekonomi khususnya perdagangan seseorang perlu memelihara hubungan masyarakat yaitu antara penjual dan pembeli agar kegiatan jual beli dapat berjalan tanpa ada satu pihak yang diuntungkan dan dirugikan.

Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa dalam perdagangan, seseorang dituntut untuk memperhatikan hubungan masyarakat atau hubungan

---

<sup>6</sup> Zakiyah dan Bintang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang*, Jurnal Sociologie, Vol. 1, No. 4, 331.

antara penjual dan pembeli. Karena pekerjaan berdagang atau jual beli adalah sebagian dari pekerjaan bisnis yang kebanyakan masyarakat kita jika berdagang, selalu ingin mencari laba yang besar. Ditambah dengan perkembangan zaman yang juga diiringi dengan semakin pesatnya perekonomian mengakibatkan banyaknya persaingan antar pedagang. Jika laba besar yang menjadi tujuan akhir dari usahanya maka mereka akan menghalalkan berbagai cara. Untuk itu perlu adanya kajian untuk mempelajari fenomena ekonomi, yakni gejala-gejala tentang bagaimana cara manusia memenuhi kebutuhan dan mempertahankan kelangsungan hidup yaitu dengan sosiologi ekonomi Islam.

Ilmu sosiologi melihat dan mempelajari individu, kelompok dan masyarakat dari aspek perilaku, orientasi dan interaksi. Perilaku sebagai tindakan aktual dimotivasi oleh kesadaran atau orientasi yang tidak berdiri sendiri, dipengaruhi oleh faktor luar, seperti pranata nilai atau budaya. Di sisi lain, individu sebagai makhluk sosial secara alamiah akan melakukan interaksi dengan individu lainnya. Dalam berinteraksi, setiap individu mengembangkan berbagai bentuk komunikasi yang merepresentasikan orientasi dalam dirinya. Secara terminologi, sosiologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *socius* dan *logos*. *Socius* berarti kawan, berkawan, atau masyarakat. Sedangkan *logos* berarti ilmu. Jadi sosiologi adalah sebuah ilmu yang mempelajari tentang sekelompok manusia atau masyarakat. Sosiologi ekonomi Islam diartikan sebagai suatu kajian sosiologis yang mempelajari fenomena ekonomi, yakni gejala-gejala tentang bagaimana cara manusia memenuhi kebutuhan dan

mempertahankan kelangsungan hidupnya yang melibatkan nilai-nilai Islam didalamnya.<sup>7</sup>

Sosiologi ekonomi juga didefinisikan sebagai pendekatan sosiologis yang diterapkan pada fenomena ekonomi. Dari definisi ini terdapat dua hal yang perlu dijelaskan, yaitu pendekatan sosiologis dan fenomena ekonomi. Adapun yang dimaksud pendekatan sosiologis adalah konsep-konsep, variabel-variabel, teori-teori dan metode yang digunakan dalam sosiologi untuk memahami kenyataan sosial termasuk di dalamnya kompleksitas aktifitas yang berkaitan dengan ekonomi seperti produksi, konsumsi, dan distribusi. Selanjutnya yang dimaksud fenomena ekonomi adalah gejala dari cara bagaimana orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan barang dan jasa.<sup>8</sup>

Merujuk pada konsepsi tentang tindakan ekonomi yang melihat aktor sebagai entitas yang dikonstruksikan secara sosial, dalam istilah keislamannya disebut *'amal al-iqtishadiy atau al-tadabir al-iqtishadiyyat*, yakni *'amal* (perbuatan, tindakan) merupakan konsep sosiologis karena ia dilihat dalam kerangka *hablun min al-nas* (hubungan antara sesama manusia, interaksi sosial) dimana aktor mengaktualkan nilai-nilai, motif atau niatnya. Seperti dinyatakan Nabi Muhammad saw, bahwa *'amal* (tindakan) itu tergantung pada niatnya, dan karenanya makna dari *'amal* seseorang (aktor) dipahami melalui motif (niat) yang ditujukan pada orang lain yang menjadi sasaran perhatian *'amaliyyatnya* dalam suatu interaksi sosial. *'Amal* merupakan konsep sosiologis dalam kerangka interaksi sosial (Islami) yang terkait dengan dan

---

<sup>7</sup> Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo: Studi and training of Islamic Economic Forum, 2016), 16.

<sup>8</sup> Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosilogi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 14-17.

terikat oleh ‘amal dalam bingkai *ilahiyyatnya*. Itu sebabnya, sebagai bentuk peribadatan dalam konteks *hablun min Allah* dan *hablun min al-nas* yaitu dapat mencegah dan menjaga diri dari tindakan diluar batas keadilan (*amar ma'ruf nahi munkar*).<sup>9</sup>

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan nilai dan etika dalam menjalankan bisnis.

Dalam Islam, kejujuran merupakan pedoman awal yang harus dimiliki seseorang dalam dunia perdagangan. Kejujuran dan kebiasaan berkata benar adalah kualitas-kualitas yang harus dikembangkan dan dipraktekkan dalam dunia perdagangan. Dengan menerapkan kejujuran dalam kegiatan perdagangan maka akan menciptakan kepercayaan dan kepuasan antar penjual dan pembeli.<sup>10</sup>

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.

---

<sup>9</sup> Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo: Studi and training of Islamic Economic Forum , 2016), 35-37.

<sup>10</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 105.

Maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. 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.

Dunia perdagangan dipenuhi dengan warna persaingan yang tidak sehat. Demi memburu keuntungan duniawi, banyak pedagang yang tidak mematuhi aturan-aturan berbisnis dalam Islam. Dunia perdagangan pun menjadi gelap, batas halal haram pun menjadi kabur. Seperti halnya dengan para pedagang daging sapi yang berjualan di jl. Jombang No.250 Dusun Sumbersari Desa Badas Kecamatan Badas Kabupaten Kediri atau biasa disebut dengan Pasar Badas. Pasar Badas Kediri merupakan pasar yang menjadi barometernya para pedagang. Di pasar ini menjual aneka ragam barang, ada yang menjual daging ayam, daging sapi, daging kambing, sayur-mayur, makanan jadi, gerabah, pakaian, sembako, mainan, aksesoris, dan lain-lain. Pedagang dipasar tersebut tidak hanya berasal dari wilayah badas sendiri, namun juga dari pare, jombok, kunjang, ngoro, puncu dan masih banyak lagi. Hal ini dikarenakan para pedagang merasakan kenyamanan, keamanan, dan banyaknya barang dagangan di Pasar Badas tersebut. Dalam karya ilmiah ini, penulis lebih memfokuskan pada perilaku pedagang daging sapi saja. Penulis

memilih untuk melakukan penelitian terhadap perilaku pedagang daging sapi yang berada di Pasar Badas Kecamatan Badas Kabupaten Kediri ini, karena berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan terdapat berbagai fenomena-fenomena perilaku pedagang daging sapi yang dilakukan secara terus-menerus dan telah menjadi kebiasaan dalam praktik perdagangan di Pasar Badas Kecamatan Badas Kabupaten Kediri antara lain; pengurangan takaran dari timbangan pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, penetapan harga yang berbeda dari pembeli dan kurangnya keramahan dalam berdagang.

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti secara mendalam kegiatan atau perilaku yang dilakukan oleh pedagang daging sapi dalam jual beli di Pasar Badas Kediri berdasarkan tinjauan sosiologi ekonomi islam. Maka Peneliti mengangkat judul **“Perilaku Pedagang Daging Sapi Di Pasar Badas Kecamatan Badas Kabupaten Kediri Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam”**. Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas beberapa praktik perilaku perdagangan yang terlarang dalam Islam dan beberapa perilaku pedagang sosial yang seharusnya layak dalam ekonomi Islam.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku pedagang daging sapi di Pasar Badas Kecamatan Badas Kabupaten Kediri ?

2. Bagaimana perilaku pedagang daging sapi di Pasar Badas Kecamatan Badas Kabupaten Kediri ditinjau dari Sosiologi Ekonomi Islam ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka peneliti mempunyai beberapa tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui perilaku pedagang daging sapi di Pasar Badas Kecamatan Badas Kabupaten Kediri.
2. Untuk mengetahui perilaku pedagang daging sapi di Pasar Badas Kecamatan Badas Kabupaten Kediri ditinjau dari Sosiologi Ekonomi Islam.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dari segi teoritis maupun praktisnya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang perilaku pedagang daging sapi di Pasar Badas Kediri dalam melakukan transaksi ditinjau dari sosiologi ekonomi Islam.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan peneliti dapat meningkatkan kemampuan intelektual dan menambah wawasan keilmuan tentang perilaku pedagang yang baik.

b. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dalam perpustakaan IAIN Kediri terkait perilaku pedagang dalam jual beli ditinjau dalam etika bisnis Islam.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi pengetahuan atau menambah wawasan dan bahan perbandingan pembaca lain yang berminat untuk mempelajari masalah yang sama, serta dapat digunakan sebagai acuan terhadap penulis atau peneliti sejenis dimasa yang akan datang.

## **E. Telaah Pustaka**

Dalam penyusunan proposal ini penulis telah melakukan telaah pustaka dengan karya-karya ilmiah terdahulu untuk menghindari adanya plagiarisme yang sedang marak saat ini. Adapun karya ilmiah yang peneliti telaah adalah :

1. Penelitian oleh Susanti Ningsih mahasiswi jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Hasanuddin Makasar, dalam skripsinya yang berjudul “Potret Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Asongan Fisip Unhas” Dalam penelitiannya Susanti Ningsih menggunakan jenis penelitian lapangan (field research). Dari penelitian tersebut diketahui bahwa peneliti membahas tentang para pedagang yang berjualan di Fisip Unhas terdapat pembekakan jumlah pekerja disektor informal disebabkan terjafinya pertumbuhan ekonomi yang tidak seimbang antara pedesaan dan

perkotaan, serta penggunaan teknologi padat modal telah menyebabkan lapangan kerja relatif lebih mahal dan melumpuhkan industri-industri yang berproduktivitas rendah.<sup>11</sup>

a. Persamaan

Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian Susanti Ningsih ini memiliki beberapa persamaan, diantaranya yaitu adanya kesamaan judul yang akan diteliti terkait kehidupan dalam pedagang dan kesamaan pada metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Kesamaan selanjutnya yaitu terdapat pada segi tinjauan teori sosiologi ekonomi.

b. Perbedaan

Perbedaan dari penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian Susanti Ningsih ini diantaranya adalah dari segi objek penelitian baik dari segi lokasi yang akan diteliti. Pasar yang akan diteliti oleh peneliti berlokasi di jl. Jombang No.250 Dusun Sumbersari Desa Badas Kecamatan Badas Kabupaten Kediri. Sedangkan pada penelitian Susanti Ningsih yang diteliti berlokasi di Universitas Hasanudin Makasar.

2. Penelitian oleh Arfan Muzaki mahasiswa IAIN Kediri, dalam skripsinya yang berjudul “Perilaku Pedagang Unggas di Pasar Banjaran Kota Kediri Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa peneliti membahas tentang kecurangan yang terjadi pada pedagang

---

<sup>11</sup> Susanti Ningsih, “Potret Kehidupan Sosial Ekonomi Pedagang Asongan Fisip Unhas”, (Skripsi, Jurusan Sosiologi Universitas Hasanuddin, Makassar, 2012), 3.

di Pasar Banjaran, khususnya pada pedagang unggas. Di dalam Pasar Banjaran ada beberapa hal yang menyimpang menurut etika bisnis Islam pada pedagang unggas. Yangmana ada beberapa oknum pedagang yang menjual ayamnya sudah mati kemaren atau biasa disebut ayam tiren. Hal ini tentunya sangat meresahkan pembeli daging unggas atau ayam yang kurang mengetahui hal ini.<sup>12</sup>

a. Persamaan

Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian Arfan Muzaki ini memiliki persamaan, diantaranya yaitu adanya kesamaan fokus penelitian tentang perilaku pedagang dalam jual beli di pasar dan kesamaan pada metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif.

b. Perbedaan

Perbedaan dari penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian Arfan Muzaki ini diantaranya adalah dari segi tinjauan teori yang diteliti oleh peneliti menggunakan teori sosiologi ekonomi Islam, sedangkan penelitian oleh Arfan Muzaki menggunakan fokus etika bisnis Islam. Perbedaan selanjutnya dari segi objek penelitian dan segi lokasi yang akan diteliti. Pasar yang akan diteliti peneliti yaitu Pasar Badas Kediri, sedangkan Pasar yang diteliti oleh penelitian Arfan Muzaki berlokasi di Pasar Banjaran Kota Kediri.

---

<sup>12</sup> Arfan Muzaki “Perilaku Pedagang Unggas Di Pasar Banjaran Kota Kediri Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam”. (Skripsi Jurusan Ekonomi Syari’ah IAIN Kediri, 2012), 4-5.

3. Penelitian oleh Arif Burhani mahasiswi IAIN Kediri, dalam skripsinya yang berjudul “Perilaku Pedagang Di Pasar Grosir Buah dan Sayur Kota Kediri Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam”. Dari penelitian tersebut diketahui bahwa peneliti membahas tentang kecurangan yang terjadi pada pasar tersebut, khususnya para pedagang buah dan sayur. Di pasar grosir sayur dan buah Kota Kediri ada beberapa hal yang menyimpang menurut etika bisnis Islam pada perilaku pedagang. Yangmana banyak pedagang didalam Pasar tersebut yang melakukan transaksi perdagangan dengan cara curang yaitu banyak jual beli tanpa melihat takaran dan timbangan yang jelas. Hal ini tentunya sangat meresahkan para pembeli sayur dan buah yang kurang mengetahui hal ini.<sup>13</sup>

a. Persamaan

Penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian Arif Burhani ini memiliki beberapa persamaan, diantaranya adalah adanya kesamaan fokus penelitian yaitu tentang pedagang pasar dan kesamaan pada metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif.

b. Perbedaan

Perbedaan dari penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian Arif Burhani ini diantaranya adalah dari segi tinjauan teori yang digunakan oleh peneliti yaitu sosiologi ekonomi Islam, sedangkan teori yang digunakan oleh Arif Burhani yaitu etika bisnis Islam. Perbedaan selanjutnya yaitu dari objek penelitian dari segi lokasi pasar yang akan

---

<sup>13</sup>Arif Burhani “Perilaku Pedagang Di Pasar Grosir Buah Dan Sayur Kota Kediri Di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam”. (Skripsi Jurusan Ekonomi Syari’ah IAIN Kediri, 2009), 7-8.

diteliti oleh peneliti berlokasi di jl. Jombang No.250 Dusun Summersari Desa Badas Kecamatan Badas Kabupaten Kediri. Sedangkan pada penelitian Arif Burhani pasar yang diteliti berlokasi di Desa Rejomulyo Kecamatan Pesantren Kota Kediri.