

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Pedagang

1. Pengertian Perilaku Pedagang

Menurut bahasa, perilaku berarti kelakuan, perbuatan, sikap, tingkah. Sedangkan menurut sosiologi perilaku manusia adalah sekumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi, etika dan kekuasaan. Seorang manusia akan memiliki perilaku yang berbeda dengan manusia lainnya walaupun orang tersebut kembar siam. Ada yang baik hati suka menolong serta rajin menabung dan ada pula yang prilakunya jahat yang suka berbuat kriminal menyakitkan hati.¹⁴

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.¹⁵ Pedagang yaitu seseorang yang melakukan jual beli. Pedagang adalah bagian dari bisnis yang berjalan sebagai penengah (distribusi) suatu barang yang dihasilkan dari sektor ekonomi, yaitu sektor pertanian, sektor industri

¹⁴ Sulchan Yasin, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Jakarta: CV Putra Karya, TT), 274.

¹⁵ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1993), 179.

dan sektor jasa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh manusia atau masyarakat untuk dapat dimanfaatkan oleh konsumen.¹⁶

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.¹⁷

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang adalah tindakan atau tingkah laku penjual terhadap konsumen dalam menyalurkan barangnya atau perilaku pedagang adalah segala tindakan, perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan ekonomi dalam proses jual beli barang.

2. Kategori Perilaku Pedagang

Terdapat sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang dilakukan oleh manusia yaitu dengan kategori perilaku baik atau buruk, yaitu:

- a. Perilaku baik, adalah semua perilaku atau aktivitas yang dilakukan manusia didorong atau dimotivasi oleh kehendak akal fikiran dan hati nurani dalam rangka menjalankan perintah Allah SWT. Secara kronologis didorong dan disadari serta dimengerti setelah ada ketentuan

¹⁶ Gufron, *Fiqh Muamalah Koseptual* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), 119.

¹⁷ Jusmaliani, Masyhuri, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 1.

yang tertuang dalam perintah yang berstatus hukum wajib dan anjuran berstatus sunnah. Orang yang melakukan tindakan ini akan mendapatkan pahala. Perilaku baik dalam konteks wajib adalah hubungan dengan sang Pencipta dengan menjalankan apa yang telah diperintahkan-Nya. Sedangkan perilaku dalam konteks sunnah seperti menjalankan amalan menolong orang yang membutuhkan, membangun ekonomi supaya semakin baik, tidak melakukan penipuan dan lain sebagainya.

- b. Perilaku buruk, difahami sebagai semua aktifitas yang dilarang oleh Allah SWT, dimana manusia dalam melakukan perbuatan buruk ini didorong oleh keinginan nafsu, godaan syetan untuk melakukan perbuatan atau perilaku buruk atau jahat. Perilaku seperti ini dapat merugikan diri sendiri dan berdampak buruk bagi masyarakat sekitar. Dalam berekonomi, perilaku buruk misalnya mendzalimi terhadap sesama manusia misal melakukan penipuan pada saat berdagang dan lain sebagainya.¹⁸

¹⁸ Muslich, *Bisnis Syariah Perspektif Muamalah dan Manajemen*, (Yogyakarta: UPP-STIM YKPN, 2007), 74-75.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Seseorang

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang, diantaranya:

a. Faktor Organisasional

Organisasi dapat memberikan pengaruh terhadap cara berperilaku anggotanya. Salah satu aspek kunci pengaruh organisasional adalah tingkat komitmen pemimpin organisasi terhadap nilai-nilai etis.

b. Faktor Individual

- 1) Faktor agama, seberapa kuat keimanan dan kepercayaan seseorang juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam bertindak.
- 2) Tahap perkembangan moral, Rasulullah SAW menyatakan bahwa setiap orang setidaknya menjalani dua tahap perkembangan moral yaitu tahap moral pra pubertas dan tahap kedewasaan.
- 3) Nilai pribadi dan personalitas, hal ini juga mempengaruhi standart perilaku seseorang. Seseorang yang menekankan sifat jujur akan berperilaku sangat berbeda dengan orang yang tidak menghargai hak milik orang lain.
- 4) Pengaruh keluarga, seorang manusia mulai membentuk nilai-nilai etis ketika masih kanak-kanak. Disini implikasinya adalah bahwa jika seseorang ingin anak-anaknya tumbuh dengan perilaku yang baik maka harus membentuknya semenjak usia belia. Anak-anak cenderung untuk mengembangkan standart etis yang tinggi jika

- mereka melihat anggota keluarganya secara konsisten berusaha menerapkan standar perilaku yang baik.
- 5) Pendidikan, perilaku seseorang juga dapat dipengaruhi oleh pendidikan. Jika seseorang berpendidikan yang baik maka ketika hendak melakukan sesuatu pasti akan berfikir panjang tentang sebab dan akibat dari perbuatan yang akan dilakukan, begitu sebaiknya.
 - 6) Pengaruh teman sebaya, perilaku seseorang juga dapat dipengaruhi.
 - 7) oleh teman sebaya atau teman lingkungan sekitar. Jika teman dan lingkungan melakukan contoh perilaku yang baik maka seseorang juga akan ikut berperilaku baik. Sebaliknya, jika pengaruh yang diberikan oleh teman sekitar buruk maka seseorang juga akan berperilaku buruk.
 - 8) Pengalaman hidup, baik positif maupun negatif, peristiwa-peristiwa penting akan mempengaruhi kehidupan seseorang individu dalam membentuk keyakinan dan perilaku etisnya.
 - 9) Faktor situasional, seseorang saling membutuhkan didalam suatu keadaan dimanapun dan kapanpun. orang berperilaku tidak etis dalam situasi tertentu karena mereka tidak melihat jalan yang baik. Sebagai contoh, seorang manajer mungkin akan membuat catatan penjualan palsu untuk menutupi kerugian daerah yang menjadi tanggungjawabnya. Merujuk ajaran Islam, hutang adalah salah satu Alasan Utama Mengapa Seseorang Berperilaku Tidak Etis.¹⁹

¹⁹Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 7-14.

B. Perilaku Pedagang Dalam Islam

1. Pengertian Perilaku Pedagang Dalam Islam

Perdagangan atau jual beli secara bahasa berasal dari bahasa Arab *al-ba'i*, *al-tijarah*, *al-mubadalah* artinya mengambil, memberikan sesuatu atau barter. Secara istilah (syari'ah) ulama ahli fikih dan pakar mendefinisikan secara berbeda-beda bergantung pada sudut pandangnya masing-masing.

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut *al-ba'i* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Wahbah al-Zuhailly mengartikanya secara bahasa yaitu menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata *al-ba'i* dalam Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawanya, yaitu kata- *al syira'* (beli).²⁰

Perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al'Ba'i*, *al-Tijarah*, dan *al-Mubadalah*, sebagaimana Allah SWT. Berfirman dalam Al-Qur'an Surat Fatir ayat 29:

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ ﴿٢٩﴾

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezeki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan (perdagangan) yang tidak akan merugi."²¹

²⁰ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Mu'amalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 67.

²¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Lentera Abadi, 2010) 437.

Hadits yang diriwayatkan Al-Tirmidzi, Rasulullah saw. bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ, وَالصَّادِقِينَ, وَالشُّهَدَاءِ

Artinya: “Pedagang yang dapat dipercaya dan jujur akan bersama-sama dengan para nabi, shiddiqin, syuhada.” (HR. At Tirmidzi).²²

Menurut Ibnu Qadamah perdagangan adalah pertukaran harta dengan harta untuk menjadikan miliknya. Nawawi menyatakan bahwa jual beli pemilikan harta benda dengan secara tukar menukar yang sesuai dengan ketentuan syari’ah. Pendapat lain dikemukakan oleh Al-Hasani, ia megemukakan pendapat Mazhab Hanafiah, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta melalui sistem yang megunakan cara tertentu. Sistem pertukaran harta dengan harta dalam konteks harta yang memiliki manfaat serta terdapat kecenderungan manusia untuk menggunakannya. Yang dimaksud dengan cara tertentu adalah menggunakan ungkapan *sighah ijab qabul*.²³

Dalam perdagangan atau jual beli dalam Islam dibolehkan untuk memilih (khiyar) apakah penjual dan pembeli akan meneruskan atau membatalkanya. Namun jika penjual dan pembeli telah berakad dan kemudian penjual tidak memberikanya sesuai akad kepada pembeli, maka hal tersebut tidak diperbolehkan, karena melanggar aturan berdagang dalam Islam. Apapun bentuk perdagangan yang dilakukan seseorang

²² Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 168.

²³ Ismail Nawawi, *Fikih Mu’amalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 75.

selama tidak terlepas dari kendali-kendali nilai kebaikan dibenarkan dalam Islam.²⁴

2. Norma-Norma Perdagangan Dalam Islam

Pada prinsipnya, dalam perdagangan Islam menganut prinsip perdagangan yang terikat yakni kebebasan berdasarkan keadilan, aturan-aturan agama, dan etika. Dalam sirkulasi atau perdagangan hendaknya ada norma, etika, dan perikemanusiaan. Secara singkat dapat disebutkan bahwa dalam perdagangan harus memenuhi norma-norma, diantaranya sebagai berikut:

- a. Menegakkan perdagangan barang yang benar atau baik.
- b. Bersikap benar, amanah, jujur.
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
- d. Menegakkan kasih sayang, nasihat, dan mengharamkan monopoli.
- e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
- f. Berprinsip bahwa perdagangan merupakan bekal untuk akhirat.²⁵

3. Perilaku Terpuji Dalam Perdagangan Dalam Islam

Menurut Imam Ghazali, perilaku terpuji dilakukan dalam perdagangan yaitu:

- a. Tidak mengambil laba lebih banyak, seperti yang lazim dalam dunia dagang. Jika dipikirkan perilaku demikian ini, maka dapat dipetik

²⁴ Ismail Nawawi, *Fikih Mu'amalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 85.

²⁵ Jusmaliani, Masyhuri, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 43.

hikmahnya, yaitu menjual barang lebih murah dari saingan atau sama dengan pedagang lain yang sejenis, membuat konsumen akan lebih senang dengan pedagang seperti ini, apalagi diimbangi dengan pelayanan yang memuaskan.

- b. Membayar harga agak lebih mahal kepada pedagang miskin, ini adalah amal yang lebih baik daripada sedekah biasa.
- c. Memurahkan harga atau memberi potongan kepada pembeli yang miskin, hal ini dapat mendapatkan pahala yang berlipat ganda.
- d. Bila membayar hutang, pembayaran dipercepat dari waktu yang telah ditentukan. Jika yang dihutang berupa barang, maka usahakan dibayar dengan barang yang lebih baik, dan yang berhutang datang sendiri kepada yang berpiutang pada waktu pembayarannya. Bila hutang berupa uang, maka lebihkanlah pembayarannya sebagai tanda terimakasih, walaupun tidak diminta oleh orang yang berpiutang. Demikian yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW.
- e. Membatalkan jual beli, jika pihak pembeli menginginkannya. Ini sejalan dengan “Customer is King” dalam ilmu marketing. Pembeli itu adalah raja, jadi apa kemauanya perlu diikuti sebab penjual harus tetap menjaga hati langganan, sampai langganan merasa puas. Kepuasan konsumen adalah merupakan target yang harus mendapatkan prioritas dari penjual. Dengan adanya kepuasan, maka langganan akan tetap terpelihara, bahkan akan meningkat karena langganan lama menarik langganan baru. Ingatlah promosi dari suatu produk yang berbunyi:

“Kepuasan Anda dambaan kami”, Kami Ingin Memberi Kepuasan yang Istimewa”, “Jika Anda Merasa Puas Beritahu Teman-teman Anda, Jika Anda Tidak Puas Beritahu Kami”.

- f. Bila menjual bahan pangan kepada orang miskin secara cicilan, maka jangan ditagih bila orang miskin itu tidak mampu untuk membayarnya, dan membebaskan mereka dari utang jika meninggal dunia.²⁶

C. Sosiologi

1. Pengertian Sosiologi

Pada abad ke-19, sosiologi muncul sebagai sosok ilmu pengetahuan yang berusaha berdiri sendiri dengan kajian tentang kehidupan manusia dalam masyarakat, disamping muncul pula psikologi yang mempelajari manusia sebagai individu yang berhubungan dengan perilaku dan sifat-sifat manusia. Setelah sosiologi dapat menampakkan wujudnya sebagai ilmu pengetahuan yang berguna bagi masyarakat, maka sampai pada abad-20 ia mengalami perkembangan yang sangat cepat.

Istilah sosiologi itu sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *socius* yang artinya teman atau kawan, dan *logos* artinya ilmu pengetahuan (pemikiran). Dapat juga *socius* diartikan sebagai pergaulan hidup manusia atau disebut masyarakat dan kemudian kata sosiologi diterjemahkan menjadi ilmu kemasyarakatan, yaitu ilmu pengetahuan yang berkenaan dengan kehidupan masyarakat. Atau lebih tegas lagi dapat disebut sebagai

²⁶ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, 151.

ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang kehidupan manusia dalam masyarakat yang mencakup hubungan antara seorang dengan seorang, antara perseorangan dengan kelompok, dan hubungan antara kelompok dengan kelompok. Kajian sosiologi melihat perilaku manusia yang kemudian dikaitkan dengan struktur-struktur kemasyarakatan dan kebudayaan yang dimiliki, dibagi dan ditunjang bersama. Sosiologi mempelajari perilaku sosial manusia dengan meneliti kelompok yang dibangunnya. Diantara ruang kajian sosiologi adalah; masyarakat, komunitas, keluarga, perubahan gaya hidup, struktur, mobilitas sosial, gender, interaksi sosial, perubahan sosial, perlawanan sosial, konflik, integrasi sosial dan lain sebagainya.²⁷

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. Sosiologi adalah bagian dari ilmu-ilmu sosial yang bersama-sama menghadapi masyarakat sebagai obyeknya. Seperti pernah dikemukakan oleh Auguste Comte (seorang ahli filsafat berkebangsaan Perancis) bahwa sosiologi adalah filsafat tentang

²⁷ Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto, *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan* (Jakarta: Kencana, 2006), 3.

manusia dan filsafat pergaulan hidup.²⁸ Berikut ini dibahas dua pendapat berbeda dari dua orang sosiolog tentang pengertian sosiologi:

a. David B. Brinkerhoft dan Lnn K. White

Brinkerhoft dan White berpendapat bahwa sosiologi merupakan studi sistematis tentang interaksi sosial manusia. Titik fokus perhatiannya terletak pada hubungan-hubungan pola-pola interaksi, yaitu bagaimana pola-pola tersebut tumbuh-kembang, bagaimana mereka dipertahankan, dan juga bagaimana mereka berubah.

Untuk bisa memahami definisi tersebut, terlebih dahulu perlu mengerti tentang batasan dari interaksi sosial. Konsep interaksi sosial yang dimaksudkan disini adalah sebagai suatu tindakan timbal balik antara dua orang atau lebih melalui suatu kontak dan komunikasi.

Definisi sosiologi dari Brinkerhoft dan White menempatkan manusia sebagai makhluk yang aktif-kreatif. Manusia adalah sebagai pencipta terhadap dunianya sendiri. Proses penciptaan tersebut berlangsung dalam hubungan interpersonal. Oleh sebab itu, sosiologi yang dikembangkan melalui definisi ini adalah sosiologi mikro.

b. Paul B. Horton dan Chester L. Hunt

Horton dan Hunt berpendapat bahwa sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari masyarakat. Untuk memahami definisi ini maka, terlebih dahulu harus mengerti tentang batasan masyarakat. Horton dan Hunt mendefinisikan masyarakat sebagai kumpulan

²⁸ Abdulsyani, *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 1-3.

manusia yang secara relatif mandiri, yang hidup bersama-sama cukup lama, yang mendiami suatu wilayah mandiri, memiliki kebudayaan yang sama, dan melakukan sebagian besar kegiatannya dalam kelompok tersebut. Definisi tersebut menempatkan sosiologi pada tataran makro objektif-subjektif, yaitu makro yang berada diluar (eksternal), juga dapat makro yang berasal dari kesadaran individu (interal).²⁹

Soerjono Soekanto mengatakan bahwa sosiologi adalah ilmu sosial yang kategoris, murni, abstrak, berusaha mencari pengertian-pengertian umum, rasional dan empiris serta bersifat umum.³⁰ Selain itu, ada beberapa pandangan sarjana tentang pengertian sosiologi yang dikutip oleh Soekanto, yakni sebagai berikut:

- a. Pitirim Sorokin mengartikan sosiologi sebagai ilmu yang mempelajari hubungan dan pengaruh timbal balik antara aneka macam gejala sosial, hubungan dan pengaruh timbal balik antara gejala sosial dengan gejala non sosial.
- b. William F. Ogburn dan Meyer F. Nimkoff berpandangan bahwa sosiologi adalah penelitian secara ilmiah terhadap interaksi sosial berikut hasilnya.
- c. J.A.A. van Doorn dan C.J. Lammers mendefinisikan sosiologi sebagai ilmu pengetahuan tentang struktur-struktur dan proses kemasyarakatan yang bersifat stabil.³¹

²⁹ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 1-7.

³⁰ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Press, 1987), 19.

³¹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Press, 1987), 15-16.

- d. Joseph S. Roucek dan R. L. Warren berpendapat bahwa sosiologi adalah kajian yang mempelajari hubungan antara manusia dengan kelompoknya.³²
- e. Stephen K. Sanderson mengatakan bahwa sosiologi merupakan kajian ilmiah tentang kehidupan sosial manusia. Peran sosiolog dalam hal ini adalah mencari tahu hakikat dan sebab-sebab dari berbagai pola pikiran dan tindakan manusia yang teratur dan dapat berulang.³³
- f. Definisi sosiologi menurut Max Weber adalah *a science concerning itself with the interpretive understanding of social action and there by with a causal explanation of its course and consequences* (ilmu yang membahas tentang pemahaman interpretatif terhadap aksi sosial dengan menjelaskan hubungan antara sebab akibat).³⁴

Walaupun definisi dari sarjana-sarjana tersebut berlainan, pada dasarnya memiliki kesamaan secara substansi, yakni berhubungan dengan masyarakat yang di dalamnya mencakup beberapa unsur. Masyarakat merupakan manusia yang selalu hidup berdampingan satu sama lain, bercampur untuk waktu yang cukup lama, memiliki keinginan-keinginan dan mengutarakan perasaannya, mereka juga sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan dan mereka adalah suatu sistem yang selalu hidup secara bersama-sama.

³² Joseph S. Roucek dan R. L. Warren, *Pengantar Sosiologi* (Jakarta: Bina Aksara, 1984), 3.

³³ Stephen K. Sanderson, *Sosiologi Makro*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1995), 2.

³⁴ Hassan Shadily, *Sosiologi untuk Masyarakat Indonesia* (Jakarta: Bina Aksara, 1983), 1.

2. Tujuan Sosiologi

Sosiologi bertujuan untuk menghasilkan pengertian-pengertian dan pola-pola umum. Sosiologi meneliti dan mencari apa yang menjadi prinsip-prinsip atau hukum-hukum umum dari pada interaksi antar manusia dan perihal sifat hakikat, bentuk isi dan struktur dari masyarakat manusia.³⁵

3. Manfaat Sosiologi

- a. Melihat keseluruhan melalui sebagian. Sosiolog tidak perlu melihat keseluruhan, karena tidak mungkin kita akan meneliti semua anggota masyarakat.
- b. Melihat keanehan-keanehan dalam kehidupan sehari-hari. Seorang sosiolog akan melihat kejadian yang dianggap biasa oleh orang kebanyakan sebagai hal yang aneh. Bagi orang awam, cara berfikir ini dikatakan sebagai tindakan kurang kerjaan, namun bagi sosiolog pemula cara inilah yang sering sekali digunakan. Tugas sosiolog selanjutnya adalah mengenali lebih dalam tentang apa penyebab masalah sosial tersebut, sosiolog berusaha mencari rasionalitas manusia yang melakukan tindakan.
- c. Melihat individu dalam konteks sosialnya. Sosiolog percaya bahwa setiap tindakan manusia dibentuk oleh lingkungan yang melingkupi manusia.

³⁵Abdulayani, *Sosiologi Skematika, Teori dan Terapan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), 9.

D. Sosiologi Ekonomi Islam

1. Pengertian Sosiologi Ekonomi Islam

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. Jadi jika dikaitkan dengan ekonomi, maka sosiologi ekonomi mempelajari berbagai macam kegiatan yang sifatnya kompleks dan melibatkan produksi, distribusi, pertukaran dan konsumen barang dan jasa yang bersifat langka dalam masyarakat. Fokus analisis untuk sosiologi ekonomi adalah pada kegiatan ekonomi, dan mengenai hubungan antara variabel-variabel sosiologi yang terlihat dalam konteks non-ekonomis.³⁶

Sosiologi ekonomi dapat didefinisikan dengan 2 cara yaitu, *pertama*, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai sebuah kajian yang mempelajari hubungan antar masyarakat, yang didalamnya terjadi interaksi sosial dengan ekonomi. Hubungan antara ekonomi dan masyarakat, termasuk didalamnya ada proses dan pola interaksi, bersifat saling mempengaruhi atau pengaruh timbal balik. *Kedua*, sosiologi ekonomi didefinisikan sebagai pendekatan sosiologis yang diterapkan pada fenomena ekonomi. Yang dimaksud dengan fenomena ekonomi adalah gejala dari cara bagaimana orang atau masyarakat memenuhi kebutuhan hidup mereka terhadap jasa dan barang. Cara yang dimaksud

³⁶ Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo: Studi and training of Islamic Economic Forum , 2016), 16.

disini adalah semua aktifitas orang dan masyarakat yang berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi, jasa dan barang.³⁷

Weber mengemukakan bahwa analisa tindakan ekonomi tidak hanya mengcover fenomena ekonomi, tetapi juga fenomena yang relevan secara ekonomi dan fenomena yang dikondisikan secara ekonomi, yaitu :

- a. Fenomena ekonomi terdiri dari norma- norma ekonomi dan kelembagaan ekonomi yang terbentuk untuk memenuhi tujuan ekonomi. Dipelajari melalui teori ekonomi
- b. Fenomena yang relevan secara ekonomi adalah fenomena non ekonomi yang memberi dampak pada fenomena ekonomi yang dipelajari dengan sejarah ekonomi maupun sosiologi ekonomi.
- c. Fenomena yang dikondisikan secara ekonomi adalah fenomena pada tingkat tertentu dipengaruhi oleh fenomena ekonomi. Ini juga dipelajari dengan sejarah ekonomi maupun sosiologi ekonomi.³⁸

Sosiologi memandang ekonomi sebagai bagian integral dari masyarakat. Dalam *Economy and Society*, Max Weber menetapkan garis pemisah antara ekonomi dan sosiologi ekonomi dengan mengajukan tiga unsur :

- a. Tindakan ekonomi adalah sebuah tindakan sosial.
- b. Tindakan ekonomi selalu melibatkan makna.
- c. Tindakan ekonomi selalu melibatkan kekuasaan.

³⁷ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosilogi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 11-17.

³⁸ Titik Sumarti, "Sosiologi Kepentingan (*Interest*) dalam Tindakan Ekonomi", *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi dan Ekologi Manusia* Vol. 01 No. 02, 2007, 288.

Pemikiran Weber kemudian dikembangkan oleh Swedberg dan Granovetter dengan mengajukan tiga proposisi utama :

- a. Tindakan ekonomi adalah suatu bentuk tindakan sosial.
- b. Tindakan ekonomi disituasikan secara sosial.
- c. Institusi ekonomi dikonstruksi secara sosial.

Merujuk pada proposisi Weber bahwa tindakan ekonomi dikatakan sebagai tindakan sosial adalah sejauh tindakan tersebut memperhatikan tingkah laku orang lain. Maka kemudian kita melihat disini adanya sebuah pola saling keterpautan antara dua sendi kehidupan yaitu ekonomi dan sosial. Keduanya berada dalam sebuah sistem yang disebut masyarakat.³⁹

Ilmu sosial yang termasuk di dalamnya adalah sosiologi, oleh Kuntowijoyo disebut sebagai ilmu profetik, yakni ilmu yang mengandung nilai-nilai Islam dan memiliki keberpihakan. Kuntowijoyo menilai, hal yang demikian sah disebut sebagai ilmu pengetahuan. Ilmu sosial profetik gagasan yang dilontarkan oleh Kuntowijoyo dari analisis (interpretasi) terhadap QS Ali Imron ayat 110:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۗ
مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Artinya: “Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih

³⁹ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 22- 31.

baik bagi mereka, diantara mereka yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik”⁴⁰.

Dalam ayat tersebut terdapat konsep-konsep penting yaitu konsep tentang umat terbaik, aktivisme sejarah, pentingnya sejarah dan etika profetik. Karenanya, ilmu sosial profetik dibangun diatas pilar-pilar. *Pertama*, amar ma'ruf (emansipasi). *Kedua*, nahi munkar (liberasi). *Ketiga*, tu'manina billah sebagai satu kesatuan. Atas dasar itu, dijumpai 2 hal pokok, yaitu:

- a. Sebagai suatu realitas sosial, fenomena ekonomi yang hendak dipahami atau dijelaskan adalah bukan fenomena ekonomi yang terjadi disembarang tipe atau bentuk masyarakat, melainkan masyarakat yang memiliki ciri-ciri tertentu yang dikaitkan dengan Islam, baik sebagai ajaran maupun fenomena keberagaman di kalangan muslim, atau keterkaitan antara keduanya. Dalam hal ini ekonomi Islam pada dasarnya adalah sosiologi ekonomi jika dikaitkan dengan pokok perhatian sosiologi ekonomi yang menganalisis hubungan antara ekonomi dan institusi lain dalam masyarakat.
- b. Terkait dengan perspektif Islam mengenai sosiologi ekonomi. Perspektif Islam disini memberi penekanan pada pandangan kritis dari agama, yakni kritik atau pandangan sosial Islam mengenai gagasan sosiologi yang bebas nilai sebagaimana di paparkan Max Weber, salah seorang peletak dasar teori sosiologi yang menyarankan agar sosiologi

⁴⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Lentera Abadi, 2010) 50.

bebas nilai. Masalah ekonomi selalu ditinjau dari keseluruhannya, bahwa aspek normatif dan positif itu saling berkaitan erat sehingga setiap usaha memisahkannya dapat berakibat menyesatkan.⁴¹

2. Pendekatan Sosiologis Terhadap Pasar

Dalam sosiologi telah berkembang berbagai macam pendekatan dalam memahami pasar. Setiap pendekatan menekankan pada suatu aspek dan mengabaikan aspek yang lain. Dengan demikian, terdapat 4 pendekatan, diantaranya:

- a. Pendekatan jaringan sosial, melihat pasar sebagai suatu struktur hubungan antara beberapa aktor pasar, seperti perusahaan, pesaing, pemasok, distributor, pelanggan dan pembeli. Kesemua aktor tersebut membentuk suatu kompleksitas jaringan hubungan yang melibatkan modal budaya dan modal sosial. Seperti, kekerabatan, kepercayaan, suku, daerah, asal.
- b. Pendekatan sistem sosial, melihat pasar sebagai suatu subsistem dari sistem ekonomi. Sedangkan sistem sosial itu sendiri dilihat sebagai sistem sosial. Pasar memiliki fungsi adaptasi dalam hal kapitalisasi dan investasi, fungsi pencapaian tujuan berkaitan dengan produksi dan distribusi, fungsi integrasi berhubungan dengan pengorganisasian, sedangkan fungsi pola pemeliharaan laten bersentuhan dengan konsumsi.

⁴¹ Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo: Studi and training of Islamic Economic Forum, 2016), 17-20.

c. Pendekatan permainan

Pendekatan permainan menekankan pada bagaimana orang harus berperilaku bila bertindak rasional dan sesuai dengan strategi permainan. Para pemain mengetahui aturan permainan. Setiap pemain bebas memilih sesuai dengan peraturan dan mengambil pilihan tanpa mengetahui pilihan lawannya. Semua pemain berusaha untuk memenangkan suatu status yaitu pemenang. Model ini berdasarkan konflik dan kemungkinan antagonisme. Jika pemain menggunakan kejujuran dan keadilan dalam bermain maka setiap pemain akan memperoleh untung yang sama atau berbagi kerugian yang tipis.

d. Pendekatan konflik, pada dasarnya melihat pasar sebagai area konflik.

Setiap aktivitas pasar dipandang sebagai kegiatan yang mengandung konflik. Karena kelangkaan barang dan jasa, maka segala aktivitas yang berkaitan dengannya dibaluti oleh konflik. Persaingan dalam produksi, distribusi dan konsumsi dari barang dan jasa yang langka merupakan suatu bentuk khusus dari konflik.⁴²

3. Pendekatan Sosiologis Tentang Ekonomi

a. Konsep aktor

Aktor yang dimaksud disini adalah individu atau kelompok dalam masyarakat. Aktor tidak dapat dilihat sebagai individu atau kelompok

⁴² Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Pasar* (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUPO Kencana, 2018), 56-58.

itu sendiri akan tetapi, individu atau kelompok yang dihubungkan atau dikaitkan dengan individu lainnya.

b. Konsep tindakan ekonomi

Didalam ekonomi aktor diasumsikan mempunyai seperangkat pilihan dan preferensi yang telah tersedia dan stabil. Tindakan yang dilakukan oleh aktor bertujuan untuk memaksimalkan pemanfaatan individu atau kelompok. Tindakan ekonomi dapat berupa:

- 1) Rasional (individu atau kelompok mempertimbangkan alat yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ada).
- 2) Tradisional (bersumber dari tradisi atau konvensi).
- 3) Spekulatif-irrasional (tindakan berorientasi ekonomi yang tidak mempertimbangkan instrument yang ada dengan tujuan yang hendak dicapai).

c. Hambatan pada tindakan ekonomi

Dapat berupa tindakan ekonomi hambatan dari aktor lain, kelangkaan sumberdaya, pengaruh teknologi, dan lain sebagainya. Tindakan ekonomi biasanya tidak berada diruang hampa, akan tetapi pada suatu ruang yang melibatkan hubungan sosial dengan orang atau kelompok lainnya.

d. Hubungan ekonomi dan masyarakat

Pola dan sistem yang berlaku dalam mekanisme pasar (interaksi ekonomi yang dilakukan antar individu dan masyarakat) sebenarnya berawal dari hubungan yang sederhana antara individu dan masyarakat

(interaksi sosial) dalam rangka mengatasi kelangkaan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa, ekonomi tidak dapat dipisahkan dari aspek sosial. Bahkan aktivitas ekonomi selalu melekat dalam sosialitas tempat kejadian ekonomi itu berlangsung, begitupun sebaliknya.

Pusat perhatian dari kajian para ekonom adalah pertukaran ekonomi, pasar, dan ekonomi. Sedangkan masyarakat dianggap sebagai “sesuatu yang diluar”, dia dipandang sebagai sesuatu yang telah ada. Sebaliknya sosiologi memandang ekonomi sebagai bagian integral dari masyarakat. Oleh sebab itu, sosiolog tidak terbiasa melihat kenyataan dengan melakukan *ceteris paribus* terhadap faktor-faktor yang dianggap berpengaruh terhadap suatu kenyataan sosial. Tetapi sebaliknya, sosiolog terbiasa melihat kenyataan secara holistik, melihat kenyataan saling kait-mengait antar berbagai faktor. Dengan demikian, sosiologi ekonomi selalu memuatkan perhatian pada:

- 1) Analisis sosiologi terhadap proses ekonomi, misalnya proses pembentukan harga antara pelaku ekonomi, proses terbentuknya kepercayaan dalam suatu tindakan ekonomi, atau proses terjadinya perselisihan dalam tindakan ekonomi.
- 2) Analisis hubungan dan interaksi antara ekonomi dan institusi lain dari masyarakat, seperti hubungan antara ekonomi dan agama, pendidikan, stratifikasi sosial, demokrasi, atau politik.

- 3) Studi tentang perubahan institusi dan parameter budaya yang menjadi konteks bagi landasan ekonomi dari masyarakat.⁴³

4. Konsep Tindakan Ekonomi Dalam Sosiologi Ekonomi Islam

Konsep tindakan ekonomi seperti halnya dalam ekonomi konvensional, ekonomi Islam juga melihat inti masalah yang sama dalam menjelaskan konsep tindakan atau perilaku ekonomi. Bahwa aktor (pelaku, agen) mendasarkan tindakan atau perilakunya pada prinsip rasionalitas dan nilai kemanfaatan (utilitarianisme). Prinsip-prinsip ini digunakan untuk menjelaskan transaksi atau hubungan ekonomi yang dilandasi individualisme, bahkan motif manusia (aktor, pelaku individu) dalam melakukan kegiatan ekonomi dilandasi kepentingan individu.

Dalam ekonomi Islam, prinsip rasionalitas mengalami perluasan, yakni dengan melibatkan pertimbangan-perimbangan syari'ah (misalnya halal-haram, mashlahah-madharat) dalam menentukan fungsi-fungsi utilitasnya pun tidak mengabaikan aspek ruang-waktu yang dirumuskan dalam tema kehidupan dunia dan akhirat. Prinsip rasionalitas Islami dan utilitarianisme Islami menjadi asumsi-asumsi dasar bagi perilaku ekonomi.

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

⁴³ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), 46-47.

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 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 atau amar ma’ruf nahi munkar.⁴⁴

5. Etika Sosiologi Ekonomi Dalam Islam

Dalam melakukan interaksi sosial harus ada etika yang dibangun sehingga interaksi itu tetap harmonis, kondusif, dan tidak terputus. Berkaitan dengan hal tersebut, Islam menjelaskan beberapa etika tersebut diantaranya:

- a. Tidak boleh saling menfitnah. Dari segi ekonomi fitnah biasanya berhubungan dengan persaingan dalam usaha sehingga nantinya dapat menimbulkan kerugian dari lawan usahanya.
- b. Tidak boleh menghina atau menghujat sesama muslim.

⁴⁴ Muhammad Fachrur Rozi, *Sosiologi Ekonomi Islam* (Purworejo: Studi and training of Islamic Economic Forum, 2016), 30-37

- c. Tidak dibenarkan berburuk sangka kepada orang lain (suudzan). Dalam Islam, sifat buruk sangka tidak dibenarkan dan termasuk kedalam kategori akhlak al-mazmumah (akhlak tercela).
- d. Bersikap jujur dan adil. Dalam kehidupan sosial tidak dibenarkan penuh dengan kebohongan dan ketiadaadilan karena dapat merugikan pribadi, keluarga, masyarakat bahkan merugikan negara.
- e. Bersifat tawaduk atau merendah diri. salah satu sikap yang dibangun dalam interaksi sosial tidak dibenarkan bersifat sombong karena haratnya, jabatan dan status sosial.
- f. Berakhlak mulia.⁴⁵

⁴⁵ Sahrul, *Sosiologi Islam* (Medan: IAIN Press, 2001), 79.