

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Agama Islam merupakan agama yang mengatur seluruh sistem kehidupan (*way of life*). Aturan agama Islam diberikan oleh Allah SWT kepada manusia melalui petunjuk rasul- rasul-Nya; berupa akidah, akhlak, dan syariah.¹ Petunjuk ini diberikan supaya manusia dapat menjalankan tugas kekhalifahan dengan sebaik-baiknya, tugas kekhalifahan dalam menjaga segala ciptaan-Nya termasuk di dalamnya menjaga bumi beserta isinya.

Akidah dan akhlak sebagai sesuatu yang konstan, tidak mengalami perubahan walaupun adanya perubahan waktu dan tempat. Sedangkan syariah senantiasa mengalami perubahan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi umat pada masa rasul masing-masing.² Syariah Islam sebagai syariah yang terakhir, yang disampaikan Rasulullah Muhammad SAW., memiliki dua keistimewaan, yaitu: sebagai syariah yang *komprehensif* (menyeluruh) dan *universal* (umum).³ *Komprehensif*, artinya syariah Islam mengatur seluruh aspek kehidupan yang meliputi ibadah dan muamalah. Ibadah disini adalah ibadah khusus, yang mengatur hubungan antara manusia (mahluk/ciptaan) dengan Allah SWT sebagai khaliqnya

¹ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 4.

²Ibid.

³Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 1.

(Penciptanya). Sedang Muamalah mengatur hubungan antar sesama manusia sebagai makhluk sosial dalam segala bidang.⁴ *Universal*, artinya syariah Islam bersifat umum,⁵ yaitu mengatur hubungan semua pihak pada waktu dan tempat yang tidak terbatas, atau *Shahih Fi Kulli Zaman Wa Makan* (dapat digunakan setiap masa dan tempat).

Sebagai makhluk sosial manusia tidak dapat lepas dari kegiatan muamalah, dan salah satu wujud muamalah tersebut dilakukan melalui kegiatan ekonomi yaitu jual beli (perdagangan), baik berupa barang maupun jasa. Salah satunya adalah aktivitas perdagangan yang terjadi di pasar.

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.⁶ Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya, pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain.⁷

Sesuai dengan perkembangannya dikenal dengan pasar tradisional maupun pasar modern. Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, dilaksanakan dengan manajemen tanpa perangkat teknologi

⁴Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 4.

⁵Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 2.

⁶Peraturan presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern*, 2007. www.bpkp.go.id , 16-3-2018 19:29

⁷Akhmad Mujahiddin., *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), 143.

modern dan mereka lebih memiliki golongan pedagang menengah kebawah dan tersebar, baik di kampung-kampung kota-kota kecil dan kota-kota besar dengan masa operasi rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang menggunakan teknologi modern, konsumennya dan pedagang dari golongan menengah ke atas, harga yang ditawarkan tetap dan sistem pelayanannya sendiri.

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. Maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen, beberapa penelitian YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) diantaranya marak mendapati pedagang yang curang atau menipu konsumen, tidak jarang konsumen merasa dirugikan.⁸

Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu

⁸ Lailatul Hikmah, “*Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia*”, <http://lailatulblog.blogspot.com/2011/02/yayasan-lembaga-konsumen-indonesia.html>. Diakses pada 16-3- 2018, 19.40.

apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang.⁹ 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.

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah SWT :

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
 ﴿ الْمُسْتَقِيمِ ﴾ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ
 ﴿ مَفْسِدِينَ ﴾ ﴿١٨٣﴾

Artinya : ”Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan;181.dan timbanglah dengan timbangan yang lurus;182. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;183. (Q.S Asy-Syu’araa:181-183)¹⁰

Ayat tersebut diatas telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan

⁹ Rafik Isa, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 72.

¹⁰ Al-Hilali, Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), 299.

mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.¹¹

Kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional. Dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor: 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berisikan hak-hak konsumen, disamping kewajiban yang harus dilakukan. Dengan adanya undang-undang tersebut maka diharapkan kepada para pelaku bisnis untuk melakukan peningkatan dan pelayanan sehingga konsumen tidak merasa rugi. Yang penting dalam hal ini adalah bagaimana sikap produsen agar memberikan hak-hak konsumen yang pantas diperoleh. Disamping juga agar konsumen juga menyadari apa yang menjadi kewajiban.¹² Apa yang tertuang dalam undang-undang tersebut secara eksplisit dan substansial sebenarnya sesuai yang diinginkan dalam etika bisnis Islam.

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan *syari'ah*.¹³ Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat

¹¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 154.

¹² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), 113.

¹³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), 5.

nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terzalimi.¹⁴

Pasar Grosir Sayur dan Buah Kota Kediri adalah pasar yang dibangun untuk mempertemukan pedagang di daerah Kediri. Pasar yang didirikan Tahun 2004 itu memiliki luas sekitar 3,5 hektar bertempat di Desa Ngronggo Kecamatan Kota Kediri termasuk salah satu pasar yang cukup besar dengan jumlah kios sekitar 350 buah, dan dengan jumlah pedagang sekitar 450 orang. Pembangunan dimaksudkan agar pemilik barang yang berupa sayuran dan buah di wilayah Kediri memiliki wadah untuk menjual hasil bumi mereka kepada para pembeli yang sebagian besar adalah para pedagang grosiran, atau pedagang yang membeli dalam jumlah besar.¹⁵

Kita ketahui bahwa kota Kediri sebagai salah satu pusat pendidikan keagamaan khususnya agama Islam serta sebagian besar masyarakat yang menjadi pedagang di pasar Grosir Sayur dan Buah kota Kediri adalah beragam Islam yang selayaknya mampu menerapkan ajaran dan tuntunan yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW dalam melakukan transaksi bisnis jual beli. Namun, kita banyak melihat perilaku pedagang yang kurang sesuai dengan tata cara yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. meskipun ia muslim tetapi terkadang dia tidak mau melakukan perdagangan yang sesuai dengan ajaran Rasulullah. Diantaranya adalah

¹⁴ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Ekonisia, 2004), 29.

¹⁵ Hapra, "Pasar Buah Dan Sayur Ngronggo Salah Satu Aset Besar Kota Kediri Yang Merana", <http://anas4329jk.blogspot.co.id/2014/08/pasar-buah-dan-sayur-ngronggo-salah.html> . Diakses pada 16-3- 2018, 20.03.

banyaknya jual beli tanpa melihat takaran dan timbangan yang jelas. Adanya perilaku pedagang yang melakukan transaksi diluar daerah pasar sehingga harga transaksi didapatkan bukan dari pengetahuan yang sama mengenai harga tersebut. Banyaknya pedagang dadakan yang tidak memiliki kios namun memaksa ikut berjualan di jalanan pasar sehingga mengganggu kenyamanan semua pihak yang akan bertransaksi jual-beli. Hal ini menuntut kita untuk berfikir ulang, apakah bisnis perdagangan yang dilakukan oleh kebanyakan masyarakat sesuai dengan ajaran Islam ?

Meskipun masyarakat muslim berpartisipasi aktif dan terlibat dalam dunia bisnis, namun dalam pemikiran mereka juga ada semacam ketidakpastian apakah praktek-praktek bisnis mereka benar menurut pandangan etika bisnis Islam atau tidak ?

Berdasarkan dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang “PERILAKU PEDAGANG BUAH DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PASAR GROSIR BUAH DAN SAYUR KOTA KEDIRI)”.

B. Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa fokus masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perilaku pedagang buah di Pasar Grosir Buah dan Sayur Kota Kediri ?
2. Bagaimana perilaku pedagang buah di Pasar Grosir Buah dan Sayur Kota Kediri ditinjau dari Etika Bisnis Islam ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku pedagang buah di Pasar Grosir Buah dan Sayur Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku pedagang buah di Pasar Grosir Buah dan Sayur Kota Kediri ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Setelah mengetahui bagaimana perilaku pedagang buah di Pasar Grosir Buah dan Sayur Kota Kediri, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan yaitu:

1. Bagi Peneliti

Untuk memperoleh pengalaman praktis dalam penulisan karya ilmiah dan menambah wawasan pengetahuan tentang perilaku berbisnis yang baik dan sesuai dengan pandangan Islam.

2. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi bagi pengelola pasar grosir tentang bagaimana Etika Bisnis Islam memandang perilaku pedagang buah yang ada disana.

3. Bagi Pembaca

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

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

E. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu dicantumkan untuk mengetahui perbedaan penelitian yang dahulu sehingga tidak terjadi plagiasi (penjiplakan) karya dan untuk mempermudah fokus apa yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

1. Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan oleh Ahmad Faiz mahasiswa Konsentrasi Perbankan Syariah Prodi Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini membahas tentang dimensi aqidah, ibadah, dan ilmu yang dimiliki oleh pedagang dalam pengaruhnya terhadap perilakunya saat berdagang di pasar. Sedangkan penelitian penulis lebih fokus terhadap bagaimana perilaku pedagang ketika menjajakan barang dagangannya, apakah sudah sesuai dengan kaidah Islam atau belum.
2. Perilaku Pedagang Onderdil Kendaraan Bekas di Pasar Loak Setono Betek Kota Kediri Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam oleh Imam Roy tahun 2013. Penelitian tersebut mempunyai latar belakang yang berbeda dengan penelitian ini dimana penelitian tersebut mengungkapkan masalah tentang kejujuran perolehan barang yang diperjualbelikan. Sedangkan penelitian ini lebih fokus terhadap

bagaimana perilaku pedagang ketika menjajakan barang dagangnya, apakah sudah sesuai dengan kaidah Islam atau belum.

3. Retribusi Pelayanan Pasar Di Tinjau Dari Ekonomi Syari'ah (Studi Kasus Di Pasar Grosir Ngronggo Kota Kediri) oleh Ahmad Redaf Muhammad. Penelitian tersebut membahas tentang bagaimana penerapan kebijakan retribusi pelayanan pasar grosir berdasarkan peraturan daerah kota Kediri No. 10 Tahun 2010. Persamaan dalam penelitian ini adalah objeknya yaitu Pasar Grosir, sedangkan perbedaannya adalah pada fokus penelitiannya. Penelitian ini lebih menfokuskan pada perilaku pedagang.