

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia diciptakan untuk membutuhkan satu sama lain di antaranya dengan melakukan perniagaan, supaya mereka dapat tolong-menolong dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti dengan jual-beli dan sewa-menyewa. Untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan, salah satu usaha untuk memperolehnya adalah bekerja. Sedangkan salah satu bentuk dari bekerja adalah berdagang atau berbisnis. Kegiatan penting dalam muamalah yang paling banyak dilakukan oleh manusia setiap saat adalah kegiatan bisnis. Dalam kamus bahasa Indonesia bisnis diartikan sebagai usaha dagang.¹ Dengan cara demikian kehidupan menjadi teratur.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. 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.² Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar

¹ Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 276.

² Peraturan Presiden RI Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern., Pasal 1.

sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain.³

Sesuai dengan perkembangannya dikenal adanya pasar tradisional maupun pasar modern. Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, dilaksanakan dengan manajemen tanpa perangkat teknologi modern dan mereka lebih memiliki golongan pedagang menengah ke bawah 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 keatas, harga yang ditawarkan merupakan harga pas yang tidak dapat di tawar lagi dan sistem pelayanan tidak diragukan lagi.⁴

Dalam realitas bisnis kekinian, terdapat kecenderungan bisnis yang mengabaikan etika. Persaingan dalam dunia bisnis adalah persaingan dalam dunia modal khususnya dalam pelaku usaha. Pelaku usaha dengan modal besar berusaha memperbesar jangkauan bisnisnya sehingga menimbulkan efek negatif bagi para konsumen dan bahkan bagi pengusaha kecil (pemodal kecil) sendiri juga dapat tersingkir dari wilayah bisnis.

Seiring dengan perkembangan zaman yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku

³ Akhmad Mujahiddin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), 143.

⁴ Heran Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional* (Jakarta: PT Graedia Pustaka Utama, 2011), 78.

bisnis menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Bisnis memang sering diibaratkan dengan permainan, karena dalam bisnis orang dituntut untuk berani mengambil resiko, berani berspekulasi dan berani bertaruh. Dalam bisnis orang mempertaruhkan dirinya beserta nama baik keluarganya, pertaruhan dalam bisnis tidak sekedar menyangkut nilai material melainkan duniawi dan kehidupan.⁵

Tidak dibenarkan bahwa suatu permainan dunia bisnis mempunyai aturan main sendiri yang berbeda berlaku dalam kehidupan sosial pada umumnya. Bisnis juga harus didasarkan pada norma, moralitas, dan etika sebagai pemberi pedoman dan orientasi bagi keputusan, kegiatan, tolak ukur dalam menilai baik buruknya kegiatan bisnis yang di lakukan. Cara pandang dan kekuatan diri dan masyarakat yang secara naluri dan secara kodrati semua manusia mampu membedakan benar dan salahnya suatu tindakan yang dilakukan oleh pelaku bisnis atas dasar kepentingan bersama, oleh norma-norma dan nilai yang berlaku di masyarakat tersebut, khususnya norma dan nilai etis.⁶

Di dalam bisnis memang dibenarkan adanya persaingan ketat, tetapi tidak dibenarkan bahwa orang yang yang mematuhi aturan moral akan berada pada posisi yang tidak menguntungkan, yaitu akan merugikan dan tersingkir dari persaingan bisnis, semakin disadari bahwa bisnis yang berhasil adalah bisnis yang memperhatikan nilai-nilai moral.

⁵ Bambang Eko Sutrisno, *Etika Bisnis* (Bandung: Mandar Maju, 2007), 4.

⁶ Muslich, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), 10.

Pembeli atau konsumen sangat menginginkan 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 dilakukan dengan cara pedagang mengatakan secara jujur apabila ada cacat barang dagangannya dan tidak mencampur barang dagangannya kualitas baik dengan kualitas buruk. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik tanpa merugikan salah satu pihak, konsumen juga harus diberitahu kekurangan atau cacat suatu barang.⁷ Kejujuran merupakan pondasi utama dalam etika berdagang.

Dalam Islam terdapat aturan atau etika yang harus dimiliki oleh setiap orang yang mau melakukan bisnis apalagi dia adalah seorang muslim. Seorang muslim dalam berbisnis jangan sampai melakukan tindakan-tindakan yang bertentangan dengan Syariat. Untuk membangun praktek jual beli yang baik dan halal maka tidak dibenarkan melakukan praktik-praktik yang dapat merugikan pihak lain, terutama pembeli, sebab merupakan suatu perbuatan batil dan diharamkan melakukannya. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا⁸

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang

⁷ Rafik Isa, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 72.

⁸ Q.S An-Nisa (4) : 29

berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.”⁹

Dalam kenyataannya sering dijumpai praktek dalam situasi khusus yang jelas-jelas menyimpang dari prinsip dan norma-norma etika, tetapi praktek dalam situasi khusus dibenarkan karena alasan pertimbangan yang rasional. Tapi kenyataan ini jangan diterima secara universal. Maka pengecualian yang dibenarkan jangan dijadikan alasan untuk menilai bahwa bisnis tidak mengenal etika.

Banyaknya cara untuk bersaing dalam bisnis, produk yang dijual hanya memikirkan bagaimana mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa memikirkan nilai-nilai atau norma-norma kemanusiaan, kenyataan seperti ini mendorong penulis untuk mengkaji kembali etika yang seharusnya dimiliki oleh pedagang, yang selanjutnya dapat dijadikan pedoman dalam menjalankan usaha atau bisnis yang tidak hanya mendatangkan keuntungan semata, tetapi juga mendatangkan berkah bagi para pedagang tersebut.

Di sejumlah tempat di daerah Jawa terdapat pasar tradisional yang mengikuti pasaran (hari penanggalan) Jawa, yaitu Pasar Legi, Kliwon, Wage, Pon dan Pahing. Para pedagang dan pembeli mengikuti penanggalan pasar tersebut. Misalnya pada hari pasaran Legi maka pasar Legi disuatu tempat akan ramai oleh para pedagang dan pembeli. Sementara di hari lainnya pasar Legi tidak ramai, mungkin hanya ada beberapa pedagang saja. Sedangkan

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lembaga Penerjemah Al-Qur'an, 2013), 122.

Pasar Pagu termasuk pasar Kliwon, yang buka hanya untuk menjual beberapa jenis dagangan, misalnya untuk jual beli hewan kambing, sapi, atau kerbau. Sedangkan untuk kebutuhan sehari-hari tidak memandang pasarannya (setiap hari ada).

Pasar Pagu merupakan pasar tradisional yang sebagian besar masyarakatnya beragama Islam. Para pedagang khususnya pedagang ayam potong di pasar Pagu mayoritas juga beragama Islam seharusnya mampu menerapkan jual beli yang sesuai dengan syariat Islam. Namun dalam observasi awal peneliti menemukan perilaku pedagang ayam potong yang tidak sesuai dengan syariat Islam dimana mereka mencampur ayam freezer dengan ayam segar tanpa sepengetahuan pembeli. Hal ini termasuk penipuan kepada pembeli dengan menyembunyikan cacat barang yang dijual. Tujuan penjual mencampur ayam *freezer* tersebut agar ayam tersebut laku terjual.¹⁰ Dengan melihat permasalahan disini peneliti ingin mengetahui lebih jauh secara mendalam tentang perilaku pedagang ayam potong terutama pedagang muslim apakah masih ada yang melakukan penyimpangan-penyimpangan lain dalam berdagang misalnya rekayasa harga, rekayasa timbangan ataupun penyimpangan lainnya.

Dari hasil observasi peneliti dilapangan, jumlah keseluruhan pedagang ayam potong di Pasar Pagu adalah 25orang. Pedagang muslim harusnya dapat menerapkan praktek perdagangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip

¹⁰ Wawancara dengan Anwarudin, Pedagang, Ayam Potong, 27 september 2017.

syariat Islam, karena setiap tindakan didunia juga menyangkut kehidupan di akhirat kelak dan setiap perbuatan pasti akan dimintai pertanggung jawaban.

Berdasarkan beberapa pemaparan diatas, penulis sangat tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang “Perilaku Pedagang Ayam Potong di Pasar Pagu Ditinjau dari Etika Bisnis Islam”.

B. Fokus Penelitian

Dari uraian latar belakang di atas, fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah perilaku pedagang ayam potong di Pasar Pagu ?
2. Bagaimanakah perilaku pedagang ayam potong di Pasar Pagu ditinjau dari Etika Bisnis Islam ?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku pedagang ayam potong di Pasar Pagu.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan perilaku pedagang ayam potong di Pasar Pagu ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini, baik secara teoritis atau praktis, adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan yang dapat digunakan untuk memperkaya pustaka jurusan Syariah IAIN Kediri, dan menambah ilmu pengetahuan khususnya tentang bidang perdagangan yang mana masih memerlukan pengkajian secara terperinci untuk mencapai tahap kesempurnaan.
2. Kegunaan secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pedagang untuk menjadi pedagang yang sukses di dunia dan di akhirat.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka menjelaskan judul dan isi singkat kajian-kajian yang pernah dilakukan, buku-buku, atau tulisan-tulisan yang ada terkait dengan topik atau masalah yang akan diteliti.¹¹ Dalam hal ini setidaknya ada tiga penelitian yang pernah diteliti terkait dengan judul, yaitu:

1. Penelitian Etik Suherlina Tahun 2015 yang berjudul “Analisis Perilaku Pedagang Pasar Pagu Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”.¹² Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pedagang Pasar Pagu Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri sebagian sudah sesuai dengan tata cara yang sesuai dengan ajaran Islam yakni lebih mengutamakan kejujuran, menunjukkan perilaku yang baik, dan kehati-hatian dalam menjalankan rutinitas perdagangannya. Namun ada beberapa yang belum sesuai dengan ajaran

¹¹ Tim Revisi, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Kediri: Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN), 2013), 62.

¹² Etik Suherlina, “Analisis Perilaku Pedagang Pasar Pagu Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” (Skripsi S1, STAIN Kediri, Kediri, 2015)

Islam yaitu perilaku pedagang yang memuji-muji kualitas barang secara tidak wajar, ketidakramahan pedagang, ketidakjujuran pedagang, dan ketidakadilan pedagang terhadap pembeli. Perbedaan dengan penelitian yang penulis ambil yaitu membahas lebih spesifik pada satu macam perilaku pedagang yaitu pedagang ayam, sedangkan penelitian terdahulu seluruh perilaku pedagang Pasar Pagu.

2. Dewi Maria Ulfa Tahun 2012 dengan judul “Perilaku Produsen Tahu Di Dusun Bogangin Kidul Desa Padangan Kec. Kayen Kidul Kediri Menurut Etika Bisnis Islam.”¹³ Hasil penelitian ini secara umum perilaku produsen tahu di Dusun Bogangin Kidul Desa Padangan dalam mengelola produksi tahu yang telah berjalan bertahun-tahun tersebut telah tertata dengan baik. Tanggung jawab berupa tidak adanya tambahan bahan baku utama terutama pengawet pada tahu yang dihasilkan. Selain itu, dalam pemenuhan faktor-faktor produksi pun dilakukan dengan kerja sama antar produsen. Meski demikian tetap ada kekurangan yang berkaitan dengan pengelolaan limbah yang kurang tepat. Perbedaan dengan penelitian yang penulis ambil terletak pada objek penelitian dan studi kasus yaitu pedagang ayam potong di Pasar Pagu.
3. Penelitian yang dilakukan Arfan Muzaki Tahun 2012 dengan judul “Perilaku Pedagang Unggas di Pasar Banjaran Kota Kediri Dalam

¹³ Dewi Maria Ulfa, “Perilaku Produsen Tahu Di Dusun Bogangin Kidul Desa Padangan Kecamatan Kayen Kidul Kediri Menurut Etika Bisnis Islam.” (Skripsi S1, STAIN Kediri, Kediri, 2012)

Perspektif Etika Bisnis Islam.”¹⁴ Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pada dasarnya para pedagang unggas yang ada di Pasar Banjaran Kota Kediri tidak sepenuhnya melakukan suatu aktivitas dagang yang sesuai dengan ajaran Islam karena disana telah ditemukan perilaku-perilaku dari beberapa oknum pedagang yang menyimpang dari akidah agama Islam di antaranya adalah adanya pedagang yang menjual ayam tiren (mati kemaren) kepada penadah untuk dijual kembali dalam bentuk mentah maupun makanan matang, Selain itu ada juga pedagang yang melakukan penyiksaan terhadap unggas dengan mencabuti bulu unggas yang masih hidup untuk dijual bulunya kepada penadah untuk diolah menjadi *shuttlecock*. Selanjutnya mencegat pedagang lain ataupun masyarakat yang ingin menjual unggasnya ke pasar untuk memasuki pasar dan adanya pedagang yang menjual ayam jantan untuk digunakan berbuat maksiat berupa sabung ayam. Tetapi disisi lain masih banyak pedagang yang tidak melakukan penyimpangan dan berdagang sesuai dengan Etika Bisnis Islam yaitu mengedepankan kejujuran, keterbukaan, sopan santun, dan saling menghargai dan menghormati sesama pedagang. Perbedaan penelitian ini dengan yang penulis ambil terletak pada objek dan studi kasus yaitu perilaku pedagang ayam potong di Pasar Pagu sedangkan penelitian ini perilaku pedagang unggas di Pasar Banjaran.

¹⁴ Arfan Muzaki, “Perilaku Pedagang Unggas di Pasar Banjaran Kota Kediri Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam” (Skripsi S1, STAIN Kediri, Kediri, 2012)