

BAB I

PENDAHULLUAN

A. Konteks Penelitian

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi.¹ Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris, *business*. Bisnis dapat didefinisikan sebagai segala aktivitas dari berbagai institusi yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bisnis adalah pertukaran barang dan jasa, atau uang, untuk saling menguntungkan.² Aktivitas dalam bisnis pada umumnya punya tujuan untuk menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta mengumpulkan cukup dana bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis atau bisnismen (businessman) itu sendiri.³

Kegiatan bisnis selama ini tidak terlepas dari unsur persaingan. Oleh karena itu, masalah persaingan mendapat perhatian dalam pemasaran suatu produk.⁴ Persaingan merupakan inti dari keberhasilan atau kegagalan dari suatu perusahaan. Keberhasilan atau kegagalan perusahaan tergantung dari kemampuan mereka menerjemahkan dan menginterpretasikan strategi bersaing yang telah direncanakan dalam menghadapi ketatnya persaingan dunia bisnis.⁵ Sehingga tidak jarang ada oknum-oknum yang menghalalkan segala cara demi

¹ Ibrahim Jones dan Sewu Limdawaty, *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Modern*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2007), 25.

² Sudaryono, *Pengantar Bisnis: Teori Dan Contoh Kasus*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015), 5.

³ M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Putaka Umum, 2000), 1.

⁴ Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina, "Strategi Pemasaran Islami dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista", *Jurnal I-Economic*, Vol.3 No. 1(Juni, 2017), 75

⁵ Rizky Ramadhan Nourlette dan Shinta Wahyu Hati, "Penentuan Strategi Dengan Pendekatan Analisis SWOT pada Hotel Nongsa Point Marina & Resort dalam Menghadapi Persaingan Bisnis", *Inobiz: Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vol. 5, No. 1 (Juni, 2017), 83

memenangkan persaingan bisnis, dan mengabaikan etika-etika bisnis yang diajarkan dalam Islam.

Fitrah manusia adalah hidup bermasyarakat, saling tolong-menolong dan bermuamalah untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Salah satu aktivitas muamalah yang sering atau bahkan selalu dilakukan oleh setiap orang adalah akad jual beli. Jual beli merupakan salah satu bentuk muamalah yang menjadi konsep dasar dalam berbisnis.⁶ Salah satu sarana tempat jual beli itu adalah pasar.

Pedagang merupakan orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan. Pedagang termasuk pelaku ekonomi yang paling berpengaruh dalam sektor perdagangan karena kontribusinya sebagai penghubung dari produsen ke konsumen.⁷

Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Pedoman tersebut adalah Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Dalam dunia bisnis juga terdapat etika yang harus dilakukan. Bisnis harus dilandasi dengan etika juga mulai disadari oleh para pengusaha muslim. Di dalam ajaran Islam memang telah memberikan tuntunan bagaimana berbisnis yang sesuai dengan nilai Islam sebagaimana yang dicontohkan Rasulullah SAW yang merupakan perbisnis ulung dengan berbagai keutamaannya sifat beliau.⁸

⁶ Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 65.

⁷ Diakses pada: <https://id.m.wikipedia.org/wiki/pedagang>, 13 Januari 2022, pukul 12.53 WIB.

⁸Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. (Desember,2015), 35

Etika merupakan ilmu tentang adat-istiadat yang baik yang dipertahankan, dijunjung tinggi, dan diwariskan secara turun-temurun.⁹ Bisnis merupakan seluruh aktivitas yang mencakup pengadaan barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkan konsumen.¹⁰ Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dikemas dengan nilai-nilai Islam yang mengedepankan halal dan haram. Jadi, perilaku yang etis itu adalah perilaku yang mengikuti segala perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.¹¹

Al-Qur'an dan hadits sebagai pedoman umat muslim juga membahas mengenai Etika dalam berbisnis (*bermu'amalah*) dalam berbagai literatur. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai Suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.¹²

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.¹³

Terdapat beberapa prinsip etika bisnis yang harus melandasi suatu bisnis, yaitu paradigma bisnis yang dilandasi oleh aksioma-aksioma yang terdiri dari: tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan. Oleh karena itu, sudah seharusnya seluruh kegiatan, proses bahkan sistem pada suatu perusahaan bisnis mengacu kepadanya agar seluruh kegiatan sesuai dengan etika bisnis Islam dan bisa

⁹ L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), 3.

¹⁰ Sudaryono, *Pengantar Bisnis: Teori dan Contoh Kasus*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015), 6.

¹¹ Muhammad Djakfar, "*Etika bisnis*", (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 29.

¹² Fitri Amelia, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi pada pelaku Usaha Kecil Jakarta*, (-:-), 118.

¹³ Muhammad Djakfar, "*Etika bisnis*", (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 84.

terminimalisir dari kegiatan-kegiatan yang tidak diperbolehkan atau bertentangan dengan prinsip syariah.¹⁴

Islam meletakkan secara sempurna hubungan antara nilai-nilai akhlak mulia dengan aktivitas kehidupan, tak terkecuali dalam berekonomi. Nilai-nilai akhlak mulia tersebut diformulasikan secara lengkap dalam sistem ekonomi Islam. Hubungan ini terlihat dari aktivitas ekonomi makro, yakni dalam konteks hubungan antara manusia sejangat, maupun hubungan masyarakat yang terbatas (mikro). Bahkan hingga yang paling sederhana aktivitas manusia ketika berada di pasar pun dibahas secara tegas dan tuntas dalam Islam.¹⁵

Pasar ialah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melaksanakan suatu transaksi bisnis, sarana interaksi budaya masyarakat.¹⁶ Pasar juga merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi serta alokasi sumber daya alam masyarakat, Sehingga dalam pasar juga harus memiliki etika dalam berbisnis, pasar memiliki beberapa jenis pasar diantaranya yaitu terdapat pasar tradisional, pasar modern dan yang lainnya.

Dalam Islam, pasar dijadikan topik bahasan ekonomi yang sangat penting. Hal ini dilihat dari berbagai respons ayat-ayat Al-Qur'an dan hadits yang mengajarkan bahwa pasar harus berjalan dengan baik, adil, dan tidak merugikan siapapun (QS. Hud

¹⁴ Wahyu Mijil Sampurno, "Penerapan Etika bisnis Islam dan Dampaknya terhadap Kemajuan bisnis industri rumah tangga", *Journal of Islamics Lariba*, Vol. 2, Issue 1:m 13-18, (2016), 14

¹⁵ Fakhri Zamzam dan Havis Arafik, *Etika Bisnis Islam: Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020),48.

¹⁶ Istijabatul Aliyah, *Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan*, (Surakarta: Fakultas Teknik, -), 2.

(11): 84-85), dan persaingan bebas dengan prinsip rela sama rela dan tidak ada unsur penipuan (QS. An-Nisa' (4): 29), bahkan pada masa Rasulullah SAW dan Khulafaurrasyidin, pasar memegang peranan penting dalam perekonomian masyarakat muslim. Pada masa Umar bin Khattab r.a. di setiap kota pasar selalu dibangun bersamaan dengan pembangunan masjid dengan tujuan pasar sebagai pusat perdagangan dan masjid sebagai pusat ibadah dan keilmuan.¹⁷

Kota Pamekasan sendiri memiliki banyak pasar-pasar baik tradisional maupun modern, dimana di dalamnya terdapat banyak transaksi bisnis. Salah satu pasar tradisional yang ada di Kabupaten Pamekasan yaitu pasar 17 Agustus. Dimana pasar 17 Agustus terdapat beberapa kebutuhan baik sandang atau pangan seperti kain batik, pakaian, sembako, peralatan rumah tangga, daging sapi, ayam potong, ikan, sayuran, bahkan pedagang hewan ada dan lain sebagainya. Salah satu kebutuhan hidup yang sering di beli pembeli adalah daging sapi. Biasanya seorang pedagang dalam berbisnis lebih cenderung meraih keuntungan yang banyak dan pedagang daging sapi dalam berdagang agar tidak mengalami kerugian biasanya daging sapi yang tersisa di simpan dalam *freezer* supaya daging tersebut dapat dijual kembali dan dicampurkan dengan daging sapi kualitas segar.

Jika dilihat dari sudut pandang aksioma etika bisnis Islam, terdapat kejanggalan yang harus diteliti lebih jauh terkait dengan kejujuran pedagang daging sapi tersebut. Berdasarkan pada uraian tersebut maka peneliti tertarik mengambil judul

¹⁷ Fakhri Zamzam dan Havis Arafik, *Etika Bisnis Islam: Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020), hlm. 46.

“Implementasi Aksioma Etika Bisnis Islam Dalam Pelayanan Jual Beli Daging Sapi Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar 17 Agustus Pamekasan)”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan aksioma etika bisnis Islam dalam pelayanan jual beli daging sapi di pasar 17 Agustus Pamekasan?
2. Bagaimana dampak dari penerapan aksioma etika bisnis Islam dalam pelayanan beli daging sapi di pasar 17 Agustus Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan aksioma etika bisnis Islam dalam pelayanan jual beli daging sapi di pasar 17 Agustus Pamekasan
2. Untuk mengetahui dampak dari penerapan aksioma etika bisnis Islam dalam pelayanan jual beli daging sapi di pasar 17 Agustus Pamekasan

D. Kegunaan Penelitian

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu:

- a. Bagi Perguruan Tinggi

Dengan hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu kajian bagi kalangan mahasiswa baik sebagai bahan pengetahuan maupun

materi perkuliahan dan juga sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

b. Bagi Peneliti

Tujuan sebuah penelitian adalah untuk memperoleh wawasan tentang suatu kejadian, teori dan hal-hal lainnya sehingga bisa menerapkan hasil wawasan tersebut. Selain itu, tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai pemenuhan salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana Strata Satu (S-1) Ekonomi Syari'ah di IAIN Madura.

c. Bagi Civitas Akademika

Hasil dari penelitian ini akan menjadi salah satu sumber kajian mahasiswa khususnya untuk mahasiswa Ekonomi Syari'ah baik untuk bahan materi perkuliahan atau penyusunan tugas akhir di periode berikutnya.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu dapat memberikan kontribusi pemikiran serta tambahan informasi bagi semua pihak khususnya masyarakat muslim dan juga para pedagang sebagai pengetahuan dasar atas pentingnya implementasi aksioma etika bisnis Islam dalam pelayanan jual beli daging sapi

E. Definisi Istilah

Berikut istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Etika adalah tentang kesusilaan yang mengatur bagaimana sepatutnya manusia hidup di dalam masyarakat yang melibatkan aturan atau prinsip yang

menentukan tingkah laku yang benar, yaitu baik dan buruk atau kewajiban dan tanggung jawab.

2. Aksioma adalah suatu hal yang sudah jelas dan umum kebenarannya, yang telah dirumuskan dan dikembangkan.
3. Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau layanan pada *customer* atau bisnis lainnya, untuk memperoleh laba.
4. Islam adalah agama dan syari'ah terakhir, dibawah oleh nabi terakhir, yang setelah tidak lagi di perlukan munculnya agama baru dan nabi baru.
5. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.
6. Jual beli yaitu menukar barang dengan barang atau menukar barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
7. Daging sapi adalah sumber protein hewani yang bermutu tinggi, sudah dikenal sejak lama sebagai bahan pangan yang hampir sempurna karena mengandung zat nutrisi yang sangat di butuhkan oleh tubuh, antara lain protein, air lemak, mineral dan vitamin.
8. Pasar tradisional adalah suatu bentuk pasar dimana dalam kegiatannya atau proses transaksinya masih secara tradisional, yaitu penjual dan pembeli bertemu secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar terhadap harga suatu barang/jasa.