

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pasar adalah area tempat barang dibeli dan dijual dengan banyak penjual dan dapat disebut mal, pasar tradisional, toko, *arcade*, plaza, pusat perdagangan atau nama lainnya. Para ekonom menggambarkan pasar sebagai kumpulan pembeli dan penjual yang memperdagangkan produk tertentu atau kelompok produk tertentu, termasuk pasar perumahan, pasar besar, dll, sehingga disebut pasar tradisional atau pasar modern tergantung perkembangannya. Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, tidak memiliki peralatan teknologi modern dalam pengelolaannya, dan memiliki banyak pedagang menengah ke bawah, tersebar di desa, kota kecil, dan kota besar, dengan jam kerja rata-rata dari subuh hingga siang atau sore hari. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang menggunakan teknologi modern, konsumen dan pedagang kelas menengah ke atas, harga yang ditawarkan oleh penjual bersifat tetap dan sistem pelayanannya sendiri.¹

Dalam dunia bisnis wajar adanya keinginan untuk mendapatkan keuntungan, namun hak pembeli tetap harus dihormati yaitu penjual harus toleran terhadap kepentingan pembeli. Meski masih membuat asumsi konvensional, mereka percaya bahwa ukuran kesuksesan bisnis adalah berapa banyak keuntungan materi yang dihasilkan dan berapa banyak yang bisa dijual.

Pasar 17 Agustus pertama berdiri sekitar tahun 1995 di Jalan Kabupaten dan kini telah pindah ke Jln. Gerbang, Gladak Anyar. Kecamatan Pamikasan,

¹ Akhmad Mujahiddin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), 143.

Kabupaten Pamekasan. Pasar ini sering disebut pasar (berek) yang biasa diartikan sebagai pasar barat dalam bahasa Indonesia. Selain pasar barat (berek), Pasar 17 Agustus Pamekasan saat ini juga disebut sebagai pasar induk batik tradisional oleh penduduk setempat, dan beberapa orang juga menyebutnya pasar hewan karena pasar ini menawarkan berbagai hewan ternak yang diperdagangkan pada hari-hari tertentu. Pasar Pamekasan 17 Agustus merupakan pasar yang terletak di Jalan Pamekasan dengan luas 7.430M². Fasilitas yang tersedia di Pasar 17 Agustus Pamekasan antara lain: Kios, Warung, Sarana Parkir, Ruang Terbuka, Mushola, Kantor UPT dan TPS.²

Perkembangan Islam saat ini memberikan perspektif positif terhadap aktivitas perdagangan dan bisnis. Profesi Nabi Muhammad sebagai pengusaha membuktikan hal ini. Islam juga menganjurkan umatnya untuk mencari nafkah melalui perdagangan. Jual beli adalah sesuatu yang diperbolehkan oleh Allah SWT, baik berupa jual beli barang maupun jual beli jasa atau bidang jasa. Allah SWT. Melarang segala bentuk transaksi yang melibatkan riba, maisir (perjudian), gharar (penyembunyian dan manipulasi), tidak menggunakan cara yang batil, tidak melebih-lebihkan atau melampaui batas, tidak berbuat zalim, dan menjauhkan diri dari unsur riba.

Memulai bisnis dan menjalankan bisnis tentunya tidak terlepas dari etika, karena penerapan etika dalam bisnis akan memandu kehidupan manusia dalam mencapai kebahagiaan duniawi berupa keuntungan materi dan kebahagiaan di akhirat dengan mendapatkan ridha Allah. Oleh karena itu, berbisnis bukan hanya

² Frita Rusdiana, " Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Batik Di Pasar 17 Bugih Pamekasan". *Ekonomi Syariah*, 2 (Oktober 2019), 35-36.

soal materi, moralitas antar pelaku bisnis juga menjadi hal yang penting untuk diperhatikan.

Memulai bisnis dan menjalankan bisnis tentunya tidak terlepas dari etika, karena penerapan etika dalam bisnis akan memandu kehidupan manusia dalam mencapai kebahagiaan duniawi berupa keuntungan materi dan kebahagiaan di akhirat dengan mendapatkan ridha Allah. Oleh karena itu, berbisnis bukan hanya soal materi, moralitas antar pelaku bisnis juga menjadi hal yang penting untuk diperhatikan.³

Etika bisnis Islam dirancang untuk mengajarkan orang untuk bekerja sama, saling membantu, dan menjauhi kecemburuan dan dendam dan hal-hal yang tidak sejalan dengan hukum Syariah. Selain itu, etika bisnis dalam Islam juga berfungsi untuk mengontrol (mengatur) kegiatan ekonomi, karena etika filosofis dinilai berdasarkan penalaran ilmiah dan agama. Dasar penilaian ini adalah sering kita temukan dalam praktek kehidupan masyarakat terdapat nilai-nilai agama tentang baik dan buruk, seperti yang menzalimi dan terzalimi. Dengan kata lain, prinsip-prinsip ilmu etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap orang yang aktif secara ekonomi, baik itu pengusaha atau pedagang yang bergerak dalam kegiatan ekonomi. Terutama para pedagang yang berjual beli di pasar tradisional.⁴

Namun realita saat ini banyak terjadi perubahan negatif dalam etika bisnis, misalnya banyak pelaku usaha yang terlibat dalam transaksi riba, pengurangan berat atau takaran, gharar, mencari keuntungan yang wajar, penimbunan, korupsi dan kolusi. jual beli. Hal ini menunjukkan bahwa

³ Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 141.

⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997), 5.

menurunnya kejujuran, etika, kekompakan dan tanggung jawab menyebabkan terjadinya persaingan yang tidak sehat antar pelaku usaha.⁵

Demi kenyamanan pembeli saat berbelanja di pasar, untuk perilaku seseorang, Islam memberikan pelajaran yang relevan tentang etika bisnis Islam, yang perlu mematuhi lima prinsip dasar etika bisnis Islam, yaitu prinsip etika bisnis, yaitu prinsip tauhid, prinsip keseimbangan (*justice/equilibrium*), prinsip kehendak bebas (*effort/free will*), prinsip tanggung jawab (*responsibility*), prinsip kebajikan (*ihsan*), dan kesadaran berbisnis, karena berbisnis bukan hanya tentang mengejar kepentingan materi, tidak hanya mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, tetapi menerapkan berdasarkan kesadaran untuk memudahkan orang lain dan dengan sikap *ta'awun* (saling membantu) dan mengikuti aturan sehingga tidak perlu mencabut hak orang lain.

Para peneliti melakukan observasi dengan mengunjungi pasar tersebut pada 17 Agustus lalu. Peneliti membeli bahan-bahan seperti nasi, sayuran, buah-buahan, dll. Peneliti merasa tidak nyaman saat membeli sayuran karena beberapa penjual tidak ramah terhadap pembeli. Bersikap ramah dan menyenangkan kepada pelanggan atau konsumen saat berjualan, seperti yang dianjurkan oleh etika bisnis Islami, seperti ramah dan menyapa pelanggan saat melayani, namun tetap menjaga sopan santun. Jika tidak, bisa dipastikan pembeli di pasar akan menjauhi kita.

Berdasarkan konteks penelitian yang telah dibangun di atas, peneliti meneliti tentang “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional 17 Agustus Kabupaten Pamekasan Dalam Perspektif Hukum Islam”.

⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 41.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan dari uraian dalam konteks penelitian yang telah dijelaskan di atas maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman pedagang pasar 17 Agustus mengenai Etika Bisnis Islam di pasar tradisional 17 Agustus kabupaten Pamekasan?
2. Bagaimana perilaku pedagang pasar 17 Agustus berdasarkan perspektif dalam Etika Bisnis Islam di pasar tradisional 17 Agustus kabupaten Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada fokus penelitian diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pemahaman pedagang pasar 17 Agustus mengenai Etika Bisnis Islam di pasar tradisional Pamekasan.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perilaku pedagang pasar 17 Agustus menurut perspektif Etika Bisnis Islam di pasar tradisional 17 Agustus kabupaten Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang diuraikan, penelitian memiliki kegunaan sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan tentang teori mengenai etika bisnis Islam para pedagang di pasar 17 Agustus kabupaten Pamekasan.
2. Memperluas wawasan penulis dengan mempelajari serta menganalisis secara langsung tentang etika bisnis Islam yang dilakukan pedagang di pasar 17 Agustus Pamekasan.

3. Menambah khasanah keilmuan tentang ekonomi Islam khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pemasca umumnya.

E. Definisi Istilah

1. Perilaku pedagang adalah sifat yang dipunyai oleh seorang pedagang guna menangkap reaksi yang sudah diberikan oleh lingkungan terhadap kondisi yang telah terjadi saat ini.⁶
2. Perspektif adalah cara manusia memandang suatu fenomena atau sebuah masalah yang terjadi.⁷
3. Etika bisnis Islam adalah norma aturan yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits yang wajib dijadikan acuan oleh siapapun dalam segala aktivitas berbisnis.⁸

Berdasarkan beberapa definisi dalam istilah di atas, dapat disimpulkan bahwa peneliti akan meneliti terkait perilaku pedagang ditinjau dari segi etika bisnis.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Tujuan dalam kajian penelitian sebelumnya ialah untuk memberikan kerangka kajian secara empiris dari kerangka kajian teori untuk permasalahan sebagai acuan guna mengadakan pendekatan terkait masalah yang dihadapi, serta dipergunakan untuk pedoman dalam memecahkan masalah. Sebelum penelitian ini dilakukan, penulis mencari beberapa referensi yang ada pada penelitian terdahulu yang peneliti sebelumnya telah lakukan, kemudian mengkaji beberapa penelitian tersebut. Adapun dari hasil kajiannya diuraikan sebagai berikut:

⁶ Albara, *Analisis Pengaruh Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi*,..... 247

⁷ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta. Rajawali Pers, 2010), 67.

⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Penebar Plus, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 30.

1. Dalam jurnal Darmawati dalam tahun 2012 dengan judul “Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-buahan di Pasar Pagi Kota Samarinda)”. Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa perilaku penjual buah di Pasar Pagi Samarinda pada dasarnya tak dapat memenuhi peraturan yang terdapat dalam etika bisnis Islam sebab terdapat ketidaksesuaian dalam menggunakan timbangan yang pada akhirnya merugikan konsumen.⁹
2. Skripsi oleh Yonna Ifan Falucky tahun 2017 dengan judul “Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Tradisional Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung)”. Hasil penelitian ini menunjukkan apabila dari delapan unsur perilaku penjual Pasar Tradisional Ngentrong, yang diantaranya adalah takaran, kualitas produk, keramahan, penepatan janji, pelayanan, empati, persaingan dan pencatatan transaksi terdapat seorang pedagang yang tak sesuai dengan etika bisnis Islam. Akan tetapi, disisi lainnya juga ada perilaku penjual yang sesuai berdasarkan etika bisnis Islam.¹⁰
3. Dalam jurnal Alwi Musa Muzaiyin tahun 2019 yang berjudul “Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)” Hasilnya menjelaskan apabila tidak semua

⁹ Darmawati, “Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-buahan di Pasar Pagi Kota Samarinda)”, *Jurnal Fenomena* 4 No. 2 (Juli 2012), 55.

¹⁰ Yonna Ifan Falucky, “Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Tradisional Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung)”, *Ekonomi Syariah* 10 (Juli 2017), 30.

penjual di pasar loak Jagalan Kediri sesuai dengan etika bisnis dalam Islam, terdapat beberapa ketidaksesuaian transaksi antara perdagangan di pasar ini. Pasarnya diberitakan sering terjadi transaksi tempat menampung penjualan barang hasil dari mencuri. Meskipun transaksi barang curian tersebut mungkin saja tidak terjadi pada seluruh penjual di sana. Memang betul ada beberapa penjual yang menampung barang hasil mencuri tersebut guna dijual kembali dengan harga yang lebih murah, dan terdapat penjual yang kurang menjelaskan keadaan barang yang sebenarnya. Namun, di sisi lain terdapat juga penjual yang berlaku jujur dalam menjelaskan kondisi barang yang dijual dan penjual yang terbuka dan transparan kepada pembeli saat melakukan transaksi. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan apabila sebagian penjual memang ada yang bertindak menyimpang sehingga tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yakni menampung barang curian yang haram. Akan tetapi, terdapat juga penjual yang telah berlaku jujur dan sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.¹¹

4. Penelitian Dheka Hesty Arline tahun 2020 dalam skripsi yang berjudul “Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar 17 Agustus Gandrungmangu Cilacap)”. Hasil dalam penelitiannya dari lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggungjawab, dan prinsip kebajikan, peneliti mendapatkan hasil bahwa dari sepuluh penjual yang diwawancara sebagian dari mereka memegang semua prinsip etika bisnis dalam Islam, meskipun masih terdapat beberapa

¹¹ Alwi Musa Muzaiyin, “Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)” *Jurnal Ekonomi* 2 (Januari, 2018), 13.

penjual yang tak memegang prinsip tersebut. Meskipun mereka tak mengerti akan etika bisnis dalam Islam, tapi dalam melaksanakan kegiatan jual beli mereka menerapkan sesuai dengan ajaran agama Islam dan tak melakukan tindakan yang dilarang dalam Islam.¹²

Tabel 1
Persamaan Serta Perbedaan dengan Penelitian yang Terdahulu

Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
Darmawati, 2012.	Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-buahan di Pasar Pagi Kota Samarinda)	Penelitian tentang perilaku para pedagang berdasarkan perspektif etika bisnis dalam Islam	<ul style="list-style-type: none"> - Subjek dalam penelitian adalah pedagang yang ada di kaki lima atau pinggir jalan yang berjualan buah. - Lokasinya berbeda. Penelitian ini bertempat di pasar pagi kota samarinda
Yonna Ifan Falucky, 2019.	Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Tradisional Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung)	Penelitian dilakukan di pasar tradisional yang ada di Ngentrong	<ul style="list-style-type: none"> - Meleliti tentang sembilan unsur dalam etika bisnis Islam yakni takaran, kualitas barang, keramahan penjual, Menepati janji, pelayanan pedagang, empati pedagang, persaingan serta pencatatan - Lokasi penelitian terdapat di Pasar Tradisional Ngentrong, tepatnya Kecamatan Campurdarat, Kabupaten

¹² Dheka Hesty Arline, "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)", *Ekonomi Syariah*, 3 (Oktober 2020), 25.

			Tulungagung
Alwi Musa Muzaiyin, 2019.	Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)	Penelitian tentang perilaku penjual ditinjau dari etika bisnis dalam Islam	Penelitian terhadap barang-barang bekas. Lokasi penelitian yaitu di pasar loak Jagalan Kediri
Dheka Hesty Arline, 2020.	Analisis Perilaku Penjual Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar 17 Agustus Gandrungmangu Cilacap)	Penelitian tentang lima unsur dalam etika bisnis dalam Islam yaitu kesatuan, prinsip kesamaan dalam menimbang, prinsip kehendak secara bebas, prinsip bertanggungjawab, serta prinsip kebajikan.	Lokasi di pasar 17 Agustus Gandrungmangu Cilacap.