

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Setiap manusia yang terlahir ke dunia ini, diiringi dengan kebutuhan yang harus dipenuhi demi keberlangsungan hidupnya. Kebutuhan tersebut berupa sandang, pangan dan papan. Untuk memenuhi kebutuhan, seseorang senantiasa membutuhkan usaha agar setiap kebutuhannya dapat terpenuhi. Bisnis termasuk usaha yang dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokok manusia.

Dari aspek kebahasaan bisnis berasal dari bahasa Inggris “business”. Sedangkan secara umum bisnis dapat diartikan sebagai rangkaian aktivitas produksi, pembelian barang dan jasa yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hingga saat ini, kata bisnis selalu dipersepsikan sebagai aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan tujuan meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan modal sekecil-kecilnya.¹

Sebagaimana diketahui, bahwa dalam dunia bisnis seorang pebisnis (wirausaha) nampaknya tidak dapat terpisahkan dari aktivitas persaingan. Dengan kata lain aktivitas bersaing dalam bisnis antara satu dengan pebisnis yang lain tidak dapat dihindarkan. Sebagai seorang pebisnis muslim, kita harus memahami konsep-konsep persaingan bisnis yang dianjurkan dalam Islam dan kita juga harus memahami kalau dalam ajaran Islam dianjurkan agar

¹ M.Zikwan, *Manajemen Bisnis Syariah*. (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022) 11

para umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan di segala hal, termasuk diantaranya dalam hal berbisnis. Dalam paradigma umum persaingan bisnis sering diartikan sebagai usaha untuk mematikan atau menjatuhkan pebisnis lainnya dan memandang pebisnis lainnya sebagai musuh baginya. Paradigma seperti ini sering mengakibatkan pebisnis jatuh ke dalam persaingan bebas atau persaingan tidak sehat dengan tidak memperhatikan lagi baik buruknya dan halal haramnya. Keadaan seperti ini telah Rasulullah nyatakan dalam hadis yang artinya: akan datang kepada manusia suatu masa dimana manusia sudah tidak memperhatikan apa yang ia ambil, apakah dari perkara halal dan haram." (HR. Muslim).²

Pada dasarnya persaingan bisnis menurut syariat Islam ialah dalam bersaing haruslah secara sehat, jujur, berperilaku baik, simpatik, adil serta menjalin silaturahmi, agar dapat mempererat ikatan persaudaraan. Jadi dalam melakukan persaingan pada setiap individunya ini terdapat dalam kaidah-kaidah Islam dan akhlak. Dengan meningkatnya persaingan saat ini, banyak sebagian pedagang yang tidak menghiraukan etika bisnis Islam demi memperoleh keuntungan yang tinggi.³

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik dan buruk dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.⁴ Menurut Juliyani, Etika bisnis Islam merupakan akhlak dalam melakukan bisnis yang sesuai dengan prinsip Islam, sehingga dalam melakukan bisnis tersebut tidak perlu ada kekhawatiran, karena sudah meyakini sebagai sesuatu yang benar dan baik. Jadi dapat difahami bahwa etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip atau norma yang diterapkan oleh para pelaku bisnis dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.⁵

² Veithzal Rival Zainal, Willy Arafah, dan Iwan Kurniawan Subagia, *Manajemen Strategis* (Sidoarjo: Indomedia Pusaka, 2020) 184

³ Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Jakarta: CV Budi Utama, 2020) 16

⁴ An Ras Try Astuti, *Etika bisnis Islam Kasus – Kasus Kontemporer* (Sulawesi Selatan : IAIN Parepare, 2022) 1

⁵ Destiya Wati, Suyud Arif dan Ahristadevi, "Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Humaira Shop", *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* 05, no 01 (2022) 142

Manusia dalam memenuhi kebutuhan adalah dengan jalan perdagangan. Perdagangan dalam islam dihalalkan sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : *“padahal Allah telah mengizinkan jual beli dan mengharamkan ribah”*.(Q.S. Al-Baqarah : 275)⁶

Penerapan Etika bisnis Islam tersebut bertujuan agar dunia bisnis dapat memberikan maslahat bukan mafsdat (kerusakan). Betapa banyak aktivitas bisnis yang dilakukan secara tidak beretika akhirnya mendatangkan kerusakan. Indikator yang digunakan sebagai alat ukur adalah lima prinsip etika bisnis Islam, yaitu prinsip tauhid, prinsip keadilan, prinsip kebebasan, prinsip amanah dan prinsip kebajikan atau kesujuran.⁷

Salah satu tempat berlangsungnya suatu kegiatan usaha adalah pasar. Pasar merupakan sarana yang mendorong dan memperlancar kegiatan ekonomi masyarakat. Secara konkrit, pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, Sehingga terjadi transaksi atau akad antara kedua belah pihak tersebut. Berdasarkan perkembangannya, pasar bisa dibagi menjadi pasar tradisional dan pasar modern. Pasar Tradisional biasanya menampung pedagang kategori kecil dan menengah yang terlaksana tanpa teknologi yang modern. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang menggunakan teknologi Modern, konsumen dan pedagangnya dari golongan menengah ke atas dan harga yang ditawarkan bersifat tetap.

Dalam penelitian ini, lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah Pasar Srimangunan. Pasar Srimangunan merupakan salah satu aset pemerintah Daerah Kabupaten Sampang yang memiliki peran penting bagi peningkatan perekonomian masyarakat. Pasar ini merupakan pasar tradisional terbesar di Kota Sampang yang buka setiap hari dan lebih ramai di hari Selasa

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung : CV Penerbit J-ART, 2005, 47

⁷ Jubaedi, Ahmad Sobari dan Syarifah Gustiawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Mahasiswa Universitas Ibn Khaldun Bogor", *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan* 01, No 1 (2018) 12

dan Sabtu (hari pasaran). Pasar ini beralamat jalan KH. Wahed Hasyim, Kelurahan Gunung Sekar, Kecamatan Sampang, Kabupaten Sampang di lokasi yang strategis karena embrio pasar telah terbentuk sejak awal, serta berada di daerah perdagangan dan berada pada jalur utama Kabupaten Sampang.

Pada pasar Srimagunan terdapat 70 pedagang sembako. Penulis melakukan wawancara di 3 tempat yang berbeda. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nuroiroh salah satu pedagang sembako dipinggir pasar mengatakan bahwa persaingan yang terjadi antara pedagang sembako ketat karena pedagang semakin banyak dan pembeli semakin sedikit. Maka dari itu, ketatnya persaingan yang terjadi beliau mencari barang yang paling langka⁸

Menurut ibu Farah seorang pedagang di tengah pasar beliau mengatakan persaingan cenderung ketat karena lebih ramai di pinggir pasar daripada di dalam pasar sehingga keuntungan yang beliau peroleh hanya 50.000 setiap harinya. ⁹Dan menurut bapak Samsuri seorang pedagang yang di sisi barat pasar mengatakan bahwa persaingan cukup ketat sehingga beliau mencari distributor yang lebih murah dan mengambil keuntungan sedikit.¹⁰

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PERSAINGAN USAHA ANTAR PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR SRIMAGUNAN KECAMATAN SAMPANG DITINJAU DARI PANDANGAN ETIKA BISNIS ISLAM”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana bentuk persaingan usaha pedagang sembako di pasar
2. Srimagunan Sampang?
3. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan usaha pedagang sembako di pasar Srimagunan Sampang?

⁸ Hj Nuroiroh, Pedagang Sembako, *Wawancara Langsung* (9 Agustus 2023)

⁹ Ibu Farah, Pedagang Sembako, *Wawancara Langsung* (9 Agustus 2023)

¹⁰ Bapak Samsuri, Pedagang Sembako, *Wawancara Langsung* (9 Agustus 2023)

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk persaingan usaha pedagang sembako di pasar Srimagunan Sampang.
2. Untuk mengetahui tinjauan etika bisnis Islam terhadap praktik persaingan usaha pedagang sembako di pasar Srimagunan Sampang.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat mempunyai nilai manfaat dan memiliki banyak kegunaan bagi berbagai pihak. Baik secara teoritis maupun praktis. Kegunaan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan wawasan kepada pihak yang membutuhkan dalam mengangkat permasalahan yang sama serta menambah khazanah keilmuan dalam aspek ekonomi Islam, khususnya yang berkenaan dengan analisis etika bisnis dalam persaingan pedagang sembako di Pasar Srimagunan Sampang

2. Secara Praktis

a. Pengelola Pasar

Sebagai bahan masukan yang bermanfaat bagi pihak yang terkait, khususnya pengelola pasar Srimagunan Sampang dalam menetapkan kebijakan terhadap para pedagang yang dibawah pengawasannya.

b. Pedagang Pasar

Penelitian ini dijadikan sebagai informasi atau suatu pertimbangan bagi pedagang yang melakukan persaingan antar pedagang khususnya, persaingan antar pedagang sembako di pasar Srimagunan Sampang agar dapat bersaing secara sehat atau menurut ajaran Islam yang berlaku.

c. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

E. Definisi istilah

1. Persaingan

Persaingan adalah kegiatan berupa perjuangan sosial untuk mencapai tujuan, dengan saling bersaing antara satu dengan lain, namun secara damai atau setidaknya tidak saling menjatuhkan, dengan kata lain persaingan yang sehat.¹¹ Jadi persaingan adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan oleh para usaha bisnis untuk saling menghidupkan penjualannya agar jadi yang terbaik.

2. Pedagang

Pedagang adalah orang atau badan yang membeli barang dagangan dari produsen dan menjualnya kepada konsumen Para pedagang biasanya membeli barang dalam jumlah banyak sehingga barang tersebut perlu tempat untuk penyimpanan. Jadi pedagang merupakan pelaku usaha yang mampu menjual produknya kepada konsumen/orang untuk mencari keuntungan.

3. Pasar

Pasar adalah sebuah mekanisme yang melaluinya para pembeli dan para penjual berinteraksi untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa. Dengan demikian pasar pada hakikatnya juga merupakan keseluruhan permintaan dan penawaran barang serta jasa.¹² Jadi yang dimaksud pasar disini adalah suatu tempat yang didalamnya ada sekumpulan para usaha yang setiap harinya menjual produk yang diunggulkan maupun yang tidak kepada para konsumen.

4. Etika bisnis islam

¹¹ Khaidir. *Sosiologi Pendidikan Islam*.(Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini,2021) Hal 29-30

¹² Ramlawati. *Pengantar Ekonomi*.(Batam: Cendikia Mulia Mandiri ,2022) Hal 56-57

Etika Bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis dengan sesuai nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar nilai etik, moral, susila dan akhlak.¹³ Jadi etika bisnis islam merupakan suatu sikap atau perilaku yang jujur dimana dalam perilaku tersebut mengandung unsur agama dalam usaha yang dijalankan.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

1. Brian Indrajaya (2019) melakukan penelitian tentang "Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam". Hasil dari penelitiannya adalah para pedagang berusaha menyediakan barang yang dicari pembeli dan saling memberikan kualitas yang baik terhadap barang dagangannya, memberikan harga yang terjangkau, serta pelayanan yang ramah dan sopan kepada para pembelinya. Walaupun masih ada beberapa pedagang yang dalam prakteknya melakukan banting harga menjual barang dagangan di bawah harga pasar sesuai dengan kesepakatan dengan tujuan mematikan pesaingnya.¹⁴
2. Ervin Triani (2022) melakukan penelitian tentang "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Sembako Terhadap Pendapatan Di Pasar Semarang Baru Kecamatan Pasir Sakti Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam". Hasil dari penelitiannya adalah persaingan usaha antar pedagang sembako terhadap pendapatan di Pasar Semarang Baru dilihat dari objek yang dipersaingkan terdapat persaingan dari segi persaingan dari segi harga, dari segi pelayanan, dan persaingan dari segi tempat. Hasil kajian ini persaingan usaha antar pedagang sembako terhadap pendapatan di Pasar Semarang

¹³ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 27

¹⁴ Brian Indrajaya, "Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi, IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2019)

Baru dilihat dari objek yang dipersaingkan terdapat persaingan dari segi persaingan dari segi harga, dari segi pelayanan, dan persaingan dari segi tempat.¹⁵

3. Ach Radly Wildani (2022) melakukan penelitian tentang "Persaingan pedagang ikan laut ditinjau dari etika bisnis islam di pasar kapedi kecamatan Bluto kabupaten Sumenep." Hasil penelitiannya adalah persaingan yang terjadi diantara pedagang ikan laut di pasar Kapedi Kecamatan Bluto Kabupaten Sumenep itu berlangsung cukup ketat sehingga para pedagang ikan berlomba-lomba untuk menarik perhatian dari pembeli dengan strategi mereka masing-masing.¹⁶

Tabel 1.1

Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Brian Indrajaya (2019) "Persaingan Usaha Antar Pedagang Sembako Di Pasar Kliwon Karang Lewas, Banyumas Perspektif Etika Bisnis Islam"	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada tempatnya. Penelitian terdahulu di Pasar Kliwon Karang Lewas sedangkan penelitian ini di Pasar Srimangunan Kecamatan Sampang	Persamaan Penelitian terdahulu dengan penulis sama sama meneliti persaingan usaha pedagang sembako
2	Ervin Triani (2022) "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Sembako Terhadap Pendapatan Di	Perbedaan Penelitian terdahulu dengan penelitian disini adalah pada pembahasan persaingan. Penelitian terdahulu	Persamaan Penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah meneliti persaingan usaha pedagang sembako

¹⁵ Ervin Triani, "Analisis Persaingan Usaha Pedagang Sembako Terhadap Pendapatan Di Pasar Semarang Baru Kecamatan Pasir Sakti Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam", (Skripsi UIN Raden Intan, Lampung, 2022)

¹⁶ Ach Radly Wildani, "Persaingan pedagang ikan laut ditinjau dari etika bisnis islam di pasar kapedi kecamatan Bluto kabupaten Sumenep", (Skripsi, IAIN Madura, Pamekasan, 2022)

	Pasar Semarang Baru Kecamatan Pasir Sakti Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam"	membahas tentang persaingan pendapatan pedagang sembako sedangkan penelitian disini membahas tentang persaingan dari segi kualitas, harga, tempat dan pelayanan.	
3	Ach Radly Wildani (2022) "Persaingan pedagang ikan laut ditinjau dari etika bisnis islam di pasar kapedi kecamatan Bluto kabupaten Sumenep."	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah terletak pada subjeknya. Penelitian terdahulu subjeknya pedagang ikan laut sedangkan penelitian disini subjeknya pedagang sembako	Persamaan Penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah membahas tentang Persaingan dengan menggunakan Prespektif Etika Bisnis Islam