

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perdagangan selalu memegang peranan vital didalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Kegiatan tersebut mempengaruhi semua tingkat kehidupan individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Kebaikan dan kesuksesan serta kemajuan suatu perdagangan sangat tergantung pada kesungguhan dan ketekunan para pelaku pedagang tersebut. Perdagangan merupakan salah satu kegiatan di bidang ekonomi. Perdagangan dan masyarakat merupakan dua hal penting dan saling berhubungan. Masyarakat sebagai sebuah sistem, menempatkan kedudukan dagang dalam sub sistem masyarakat. Pada pemahaman tersebut dapat diperoleh bahwa masyarakat merupakan suatu realitas yang didalamnya terjadi proses interaksi sosial dan pola interaksi sosial. Hubungan antara ekonomi dan masyarakat bersifat saling pengaruhi atau pengaruh timbal balik.¹

Perkembangan ilmu ekonomi dewasa ini semakin marak dengan penerapan sistem perekonomian yang berbeda pada setiap negara. Pelaksanaan dan penerapan perekonomian dapat memberikan tanggung jawab dan kewajiban yang seimbang pada kelestarian dan kesetaraan seluruh manusia. Penerapan etika dalam pelaksanaan perekonomian dapat dirasakan dan ditingkatkan. Islam merupakan agama yang komprehensif, termasuk aspek bisnis mendapat perhatian dalam al-Quran. Ajaran Islam mengajarkan umatnya untuk giat bekerja. Bekerja tidak saja

¹ Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 14.

untuk orientasi jangka pendek, tetapi juga untuk orientasi masa depan. Bekerja keras saja tidak cukup, tetapi juga harus bekerja secara cerdas dan strategis agar “unggul” hal tersebut berkaitan dengan strategi bisnis yang berorientasi pasar. Sebagai pelaku bisnis suatu usaha apapun dituntut memiliki kekuatan dan nilai-nilai yang mampu menjunjung tinggi bisnisnya (*superior*).² Sikap pelaku bisnis yang memiliki rasa tanggung jawab, dapat dipercaya atau jujur merupakan sebagian dari nilai-nilai yang harus dijunjung tinggi oleh pengusaha muslim apabila dalam melakukan persaingan. Pedagang dilarang melakukan perbuatan-perbuatan yang dapat merugikan konsumennya, seperti curang, suka mengurangi timbangan dan lain-lain. Hal tersebut mengisyaratkan dengan jelas bahwa pedagang yang berorientasi pasar adalah pedagang yang mengutamakan kepuasan pelanggannya.

Kehidupan masyarakat banyak sekali aktivitas yang melibatkan diri kita dengan orang lain seperti dalam perdagangan khususnya muamalah jual beli, dan berbagai muamalah lainnya. Islam mengajarkan etika yang harus dipenuhi dan dilakukan oleh pelaku bisnis dalam melakukan perdagangan. Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan. Etika bukan hanya larangan-larangan normatif tetapi lebih merupakan puncak akumulasi kemampuan operasionalisasi intelegensi manusia. Etika juga disebut dengan sistem filsafat, atau filsafat yang mempertanyakan praksis manusia berkaitan dengan tanggung jawab dan kewajibannya.³

Pelanggan memegang peran penting dalam dunia bisnis. Secara tidak langsung seorang pelanggan dapat menjadi saluran pemasaran bagi suatu bisnis.

² Yunus, *Islam dan Kewirausahaan Inovatif* (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 231-233.

³ Muhammad, *Paradigma, Metodologi dan Aplikasi, Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 62.

Ketika pelanggan terasa puas atau pelayanan suatu produk/jasa, sangat dimungkinkan pelanggan akan mempromosikan secara sukarela produk/jasa kepada orang-orang sekitarnya. Kompetisi atau persaingan adalah proses dinamika dalam dunia perdagangan. Hal tersebut *marketer* harus mampu bersaing secara sehat karena Allah SWT telah memerintahkan supaya manusia berlomba-lomba dalam kebaikan.⁴

Sebagaimana dalam firman Allah surah Al-Baqarah ayat 149:⁵

وَمِنْ حَيْثُ خَرَجْتَ فَوَلِّ وَجْهَكَ شَطْرَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَإِنَّهُ لِلْحَقِّ مِنْ رَبِّكَ ۖ وَمَا اللَّهُ بِعَا
فِلٍ عَمَّا تَعْمَلُونَ (١٤٩)

“Dan dari mana saja kamu keluar (datang), maka palingkanlah wajahmu ke arah Masjidil Haram, sesungguhnya ketentuan itu benar-benar suatu sesuatu yang hak dari Tuhanmu. dan Allah sekali-kali tidak lengah dari apa yang kamu kerjakan”

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan suatu dinamika tersendiri yang tidak dapat dihindari bagi beberapa pebisnis. Persaingan berkonotasi negatif dapat mengancam bisnisnya akan takut berkurangnya profit atau konsumen lebih memilih harga rendah dari pesaing, namun pada kenyataannya tidak demikian. Persaingan yang sehat dapat memberikan hal yang baik kepada pebisnis sendiri atau bahkan para pelanggannya.⁶

Pelaku bisnis sejak awal telah dihadapkan pada dua alternatif pilihan, apakah mereka akan masuk kedalam zona bisnis yang menguntungkan atau yang merugikan. Menurut al-Qura'an, bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan duniawi yang berjangka pendek untuk kepentingan sesaat, tetapi keuntungan yang bisa dinikmati di akhirat dan kekal

⁴ Nurul Huda, *Pemasaran Syariah* (Depok: Kencana, 2017), hlm. 139.

⁵ Al-Quran *Cordoba, Tejemahan dan Tajwid Berwarna* (Bandung: Cordoba, 2017), hlm. 23.

⁶ Mashur Malaka, “Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha.” *Jurnal Al' Adl*, Vol. 7, No. 2 (Juli, 2014) hlm., 39.

abadi. Sebaliknya bisnis yang merugikan yaitu bisnis yang tidak lagi bersandar pada ajaran al-Qur'an yang menginteraksikan antara kepentingan duniawi dan ukhrawi sekaligus.

Pedagang menghadapi pembeli tidak lagi dipandang sebagai aset vital yang harus dihormati, dilayani, dan dihormati hak-haknya, tetapi diperlukan sebagai pihak yang bisa mengejar keuntungan sesaat. Pembeli selain berada dalam pihak dirugikan karena berbagai faktor, antara lain sering tertipu oleh iklan yang tidak transparan (*unfairness-gharar*).⁷

Sesuatu pekerjaan pasti didasari oleh niat dan tujuan yang ingin dicapai. Ketika sebuah pedagang ingin mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan niat yang tulus, semua bentuk pekerjaan yang berbentuk kebiasaan akan berubah menjadi ibadah. Aktivitas bisnis yang nampak profan, karena dorongan niat yang tulus dapat mempunyai nilai ibadah. Kehidupan pelakunya akan berubah pula menjadi kehidupan yang teratur sebagai ragam ketaatan dan pendekatan kepada Allah. Pebisnis yang sejak awal telah menata niat untuk mengeluti bisnis yang bersih sesuai dengan yang dituntunkan oleh syariah Islam niscaya akan menghindari segala bentuk bisnis yang ribawi.⁸ Berbisnis dengan niat yang tulus tanpa kecualli akan menghindari praktik transaksi kotor yang sangat dibenci dalam Islam. Islam berpihak pada nilai keadilan, sehingga Islam mengharamkan praktik riba dalam berbagai bentuknya. Riba termasuk satu dari tujuh perbuatan yang membinasakan. Pebisnis muslim dapat menjaga diri supaya tidak terjerumus dalam riba.⁹

⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 236.

⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Teori Mikro Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 140.

⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2008), hlm. 236.

Sebagaimana dalam firman Allah, menjanjikan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah: 276.¹⁰

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَتِيمٍ (٢٧٦)

“Allah menghapuskan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan selalu berbuat dosa” (QS. Al-Baqarah: 276).

Tempe merupakan salah satu jenis makanan olahan kacang kedelai yang dapat menambah asupan protein bagi tubuh. Tempe juga adalah salah satu lauk pauk yang digemari oleh mayoritas masyarakat Kolpajung. Sehingga dalam memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut menyebabkan maraknya pedagang tempe yang bermunculan. Pedagang tempe di Kolpajung memiliki kelebihan dan kelemahan di setiap usahanya. Pedagang tempe di Kolpajung dalam pembuatannya masih menggunakan cara tradisional yang umumnya tenaga kerja yang terlibat diambil dari masyarakat sekitar.

Setiap pedagang tempe dalam menjalankan usahanya tentu saja mempunyai tujuan untuk memperoleh laba sebesar-besarnya dengan jalan memaksimalkan pendapatan, meminimumkan biaya, memaksimalkan penjualan dan lainnya. Diterapkannya etika akan mempengaruhi *profit* yang didapat. Semakin baik etika yang diterapkan maka semakin banyak *profit* yang didapat begitupun sebaliknya. Pedagang diharuskan menjalankan bisnis sesuai nilai-nilai islam, sehingga dalam menjalankan bisnisnya tidak ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan hal tersebut membuat penyusun tertarik untuk melakukan

¹⁰ Al-Quran Cordoba, Tejemahan Dan Tajwid Berwarna (Bandung: Cordoba, 2017), hlm. 43.

penelitian dengan judul “Persaingan Pedagang Tempe Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Kolpajung Pamekasan”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan suatu permasalahan yaitu:

1. Bagaimana kondisi persaingan pedagang tempe yang terjadi di Kolpajung Pamekasan ?
2. Bagaimana pedagang tempe menerapkan etika bisnis Islam di Kolpajung Pamekasan ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut tujuan peneliti yaitu:

1. Untuk menganalisis kondisi persaingan pedagang tempe di Kolpajung Pamekasan.
2. Untuk menganalisis etika bisnis Islam di Kolpajung Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Peneliti mempunyai dua kegunaan yakni secara teoretis dan secara praktis. Secara teoretis penelitian diharapkan dapat menjadi suatu kawasan tambahan keilmuan dan sebagai kontribusi pemikiran dalam hal mengetahui persaingan. Secara praktis, penelitian tersebut dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian tersebut akan menjadi salah satu pengalaman berharga dan memperluas wawasan pengetahuan terutama di bidang ekonomi dalam perspektif etika bisnis Islam di Kolpajung Pamekasan.

2. Bagi pedagang tempe

Hasil peneliti tersebut diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dalam meningkatkan pengetahuan pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam di Kolpajung Pamekasan.

3. Bagi IAIN Madura

Hasil penelitian tersebut diharapkan menjadi sumber inspirasi mahasiswa serta sebagai tambahan pustaka dibidang ekonomi dalam perspektif etika bisnis Islam.

E. Definisi Istilah

Peneliti berupaya untuk menghindari kesalahpahaman tentang maksud dan judul penelitian. Beberapa hal yang perlu didefinisikan yaitu:

1. Persaingan yaitu dapat diartikan sebagai suatu proses sosial, individu atau kelompok-kelompok manusia yang bersaing dengan mencari keuntungan melalui bidang-bidang kehidupan yang pada suatu masa tertentu menjadi pusat perhatian umum (baik perseorangan maupun kelompok manusia) dengan cara menarik perhatian atau dengan cara mempertajam prasangka yang ada tanpa menggunakan ancaman atau kekerasan.¹¹ Persaingan adalah ekosistem pasar yang menempatkan penawaran dan permintaan akan barang /

¹¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami* (Malang: Uin Malang, 2008), hlm. 237.

jasa sebagai penentu harga. Sistem tersebut menjamin penggunaan sumber-sumber daya secara efisien.¹²

2. Etika bisnis Islam sebagai nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas dan al-Quran, hadist yang telah dicontohkan Rasulullah SAW. Etika bisnis Islam yaitu akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.¹³

¹² M. Dagun, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan* (Jakarta: Golo Riwo, 1997), hlm. 841.

¹³ Wahyu Qhoiri Baiturrochmah, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Tempe di Dusun Manyur Desa Crabak Kec. Slahung Kab. Ponorogo" (Skripsi: IAIN Ponorogo, 2019), hlm. 25.