

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan dunia bisnis dan perekonomian serta persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis, mengakibatkan seringkali ditemukan kecurangan yang berjauhan dengan nilai-nilai moralitas dan Agama, kerap ditemui kecurangan pada perekonomian. Saat ini banyak ditemui pedagang yang dalam pelaksanaan bisnisnya dipenuhi oleh praktek-praktek mal-bisnis, yang dimaksud praktek mal-bisnis dalam pengertian ini adalah mencakup semua perbuatan bisnis yang tidak baik, jelek, membawa akibat kerugian, maupun melanggar hukum (Hidayatulloh, 2012). Oleh karena itu diperlukan adanya etika dalam berbisnis. Sesuai dengan hasil survey, Arif M (2016) kasus pelanggaran etika bisnis islam merupakan hal yang biasa dan wajar menurut beberapa pedagang, beberapa hal yang merusak etika bisnis dalam berdagang tersebut dilakukan oleh para pedagang karena adanya persaingan antara satu dengan yang lain yang dilakukan oleh pedagang ataupun pembisnis yang tidak bertanggung jawab. Berbagai hal tersebut merupakan bentuk dari persaingan yang tidak sehat oleh para pembisnis yang ingin menguasai pasar, selain untuk menguasai pasar, terdapat faktor lain yang juga mempengaruhi para pebisnis untuk melakukan pelanggaran etika bisnis Islam, antara lain untuk memperluas pangsa pasar, serta mendapat banyak keuntungan. Ketiga faktor tersebut merupakan alasan yang umum untuk para pebisnis melakukan pelanggaran etika dengan berbagai cara. Praktik perdagangan selama ini dinilai masih cenderung mengabaikan etika, rasa keadilan dan kerap kali diwarnai praktek-praktek tidak terpuji.

Perkembangan agama Islam dapat dijadikan pelajaran dalam permasalahan perdagangan dan kegiatan bisnis lainnya. Pedagang memiliki peran penting bahkan menjadi peran utama dalam bisnis. Islam memiliki pedoman Al-Quran dan As-sunnah dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Dalam sejarah Islam yang di praktekkan oleh nabi Muhammad SAW sebagai seorang pedagang telah melakukan transaksi melalui perdagangan dengan jujur, adil, dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh atau kecewa. Terdapat tiga aspek bangunan utama dalam Islam, yaitu aspek aqidah (iman), aspek syari'ah (Islam), dan aspek akhlak (ihsan), (Karim,

2004: 3). Bila dilihat dari tiga aspek yang mendasari ajaran Islam tersebut, jelaslah bahwa Islam tidak hanya memperhatikan ibadah (*hablum minallah*), tapi juga memperhatikan hal-hal yang sifatnya muamalah, yaitu mengatur hubungan manusia dengan sesamanya (*hablum minannas*), (Rahman, 1997). Agama Islam mengajarkan para penganutnya untuk melakukan praktik ekonomi berdasarkan norma-norma dan etika Islam. Islam juga menekankan agar aktifitas bisnis manusia dimaksudkan tidak semata-mata sebagai alat pemuas keinginan (*al-syahwat*), tetapi lebih pada upaya pencarian kehidupan berkeselimbangan dunia-akhirat disertai perilaku positif bukan destruktif. Sudah menjadi kodrat manusia untuk diciptakan sebagai makhluk bergelut di bidang ekonomi, baik secara personal maupun kolektif, dalam memenuhi kebutuhan hidup, yang pada satu sisi tidak terbatas dan pada sisi lain dihadapkan pada sumber-sumber terbatas (Hidayatulloh, 2012). Sebagai bagian integral aktifitas manusia, kegiatan ekonomi tak dapat dielakkan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan dalam rangka menjalankan tanggung jawab manusia sebagai pihak yang berpartisipasi aktif dalam peningkatan taraf hidup manusia secara individu, kolektif atau universal. Keterlibatan manusia dalam aktifitas bisnis tidak semata karena faktor pemenuhan kebutuhan fisik, tapi pembinaan komunikasi positif, perilaku saling menguntungkan, realisasi keadilan, dan perilaku tidak saling merugikan merupakan sebagian dari sekian banyak faktor terciptanya tatanan kehidupan manusia (Hidayatulloh, 2012). Kebanyakan masyarakat menilai bisnis hanya kegiatan duniawi saja tak ada korelasi dengan konsekuensi kehidupan di akhirat. Masyarakat bisnis dan perdagangan kurang terbiasa berfikir dalam konteks bisnis adalah lahan ibadah *mu'amalah* (Muslich, 2010)

Dalam pengelolaan bisnis dibutuhkan manusia yang baik, dimana pengelolaan bisnis secara etik harus menggunakan landasan Norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penilaian suatu keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan prestasi ekonomi dan finansial semata, tetapi keberhasilan itu juga diukur dengan menggunakan tolak ukur nilai moralitas dan nilai etika yang dilandasi nilai-nilai sosial dan ekonomi serta nilai agama. Adapun etika bisnis itu sendiri adalah aplikasi etika umum yang mengatur dan menilai perilaku bisnis yang berisi Norma moralitas. Sedangkan dalam Islam, etika mengacu pada dua sumber yaitu Qur'an dan Sunnah. Etika dalam Islam menyangkut Norma dan tuntunan atau ajaran yang mengatur sistem

kehidupan individu atau lembaga, kelompok, dan masyarakat dalam konteks hubungan dengan Allah dan lingkungan. Di dalam sistem etika Islam ada sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang bernilai baik dan bernilai buruk (Muslich, 2010). Dalam etika bisnis Islam terdapat 5 ketentuan umum yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, Amanah dan Ihsan (Naqvi, 1993).

Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap Muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat. (Amalia, 2012).

Dalam perekonomian Islam, pasar memiliki kedudukan yang penting. Rasulullah sangat menghargai harga yang adil yang terbentuk di pasar. Karena dalam Islam, nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang Muslim kepada Allah. Bahkan Rasulullah pun tidak menyukai transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas. Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar, artinya setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi juga keberkahan. (Amalia, 2012). Pasar di Indonesia pada umumnya terdapat dua jenis, yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Warga Indonesia maupun warga asing sering datang ke pasar Modern ataupun pasar Tradisional untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau pun mencari barang untuk memenuhi keinginan.

Menurut Peraturan menteri Perdagangan Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Nomor 70 tahun

2013 mendefinisikan pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Pasar tradisional memiliki ciri-ciri seperti proses jual-beli melalui tawar menawar, harga relatif lebih murah akan tetapi tempat atau area pasar biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual ataupun suatu pengelola pasar, (Sulistiyowati, 1999).

Sedangkan Pasar Modern adalah pasar yang bersifat modern, dimana barang dagangannya diperjual belikan dengan harga yang pas sehingga tidak ada aktifitas tawar menawar dan dengan layanan yang baik, selain itu pasar modern tidak melakukan transaksi secara langsung melainkan konsumen melihat label harga yang sudah tertera pada barang, pasar ini berada dalam ruangan dan juga pelayanannya dilakukan secara swalayan atau bisa juga dilayani oleh pramuniaga. Barang yang dijual umumnya memiliki kualitas yang baik. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi serta alokasi sumber daya dalam masyarakat (Sulistiyowati, 1999). Perdagangan mempunyai peran yang penting dalam menggerakkan roda perekonomian, salah satu alasannya ialah karena tidak seorangpun yang dapat memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Dengan berdagang seseorang yang membutuhkan dapat saling menutupi kebutuhan dan saling tolong-menolong diantara mereka. Dalam Islam profesi sebagai pedagang sangat dianjurkan. Berdagang merupakan profesi yang mulia, karena berdagang merupakan salah satu bentuk ibadah dimana kegiatan yang dilakukan tidak hanya untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk kepentingan orang banyak, (Amalia, 2012).

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya

nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis. (Amalia, 2012)

Dewasa ini, muslimin mengalami masalah yang sangat dilematis karena di dalam pikirannya ada semacam keresahan apakah praktek-praktek bisnis dilakukan telah benar menurut pandangan Islam. Banyak yang telah meninggalkan nilai-nilai atau etika Islam hanya untuk mencari laba sebesar-besarnya. Demikian pula dalam melaksanakan aktivitas ekonomi, nilai-nilai Islam senantiasa menjadi landasan utamanya. Siapa saja yang ingin bermuamalah diperbolehkan, kecuali yang dilarang. Hal ini memberikan ruang gerak yang luas bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas ekonominya sehingga dapat meningkatkan taraf hidupnya. Perkembangan globalisasi, laju kondisi sosial ekonomi masyarakat, dan perubahan sistem nilai telah membawa perubahan. Perubahan terhadap pola kehidupan dan kebutuhan masyarakat. Pasar sebagai salah satu fasilitas perbelanjaan selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat penting dalam kehidupan masyarakat. Bagi masyarakat pasar bukan sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli, pasar juga wadah interaksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional.

Sehingga, berdasarkan hasil survey peneliti secara langsung ke beberapa pasar tradisional dan pasar modern yang ada di kabupaten Magelang, maka salah satu bentuk pasar tradisional terbesar di kabupaten Magelang adalah Pasar Tradisional Muntilan dan pasar modern Hadi Suwarno. Pasar Tradisional Muntilan terletak di Kabupaten Magelang ini merupakan salah satu pasar terbesar di kabupaten Magelang yang terletak di Jalan Pemuda No.12 arah jalan Klamong. Pasar Tradisional Muntilan merupakan wadah yang disediakan oleh kabupaten Magelang didaerah Muntilan untuk mengapresiasi seluruh kegiatan ekonomi (jual beli) yang ada di Magelang, sedangkan pasar modern HS terletak di jalan Kyai Raden Santri, merupakan Pasar modern yang banyak diminati oleh masyarakat, terbukti dengan banyaknya pengunjung yang datang setiap harinya. Pasar Modern HS ini mempunyai 2 cabang yang ada di Kabupaten Magelang. Ini membuktikan bahwa pasar Modern HS sangat diminati oleh masyarakat. Pasar HS adalah salah satu Pasar Modern yang tidak sembarangan dalam merekrut karyawan, Karyawan yang bekerja disini haruslah beragama Islam dan dapat membaca Al-Quran.

Dari hasil survey yang peneliti lakukan di dua pasar tersebut, maka peneliti akan membandingkan bagaimana komparasi implementasi etika bisnis islam yang kriteria

yang berbeda dimana pasar tradisional Muntilan adalah salah satu jenis pasar tradisional dengan latar belakang pedagangnya beragam jenisnya. Sedangkan pasar modern Hadi Suwarno adalah pasar modern yang hanya dipunyai oleh satu pemilik. Tujuan dari melakukan perbandingan implementasi etika bisnis Islam ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan perbedaan dan persamaan Etika Bisnis Islam yang diterapkan antara pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno.

Al-Qur'an sebagai sumber nilai, telah memberikan nilai-nilai prinsipil untuk mengenali perilaku-perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai al-Qur'an khususnya dalam bidang bisnis. Pasar tradisional Muntilan mengalami persaingan ketat dengan sejumlah pusat perbelanjaan modern yang semakin menjamur seiring dengan pertumbuhan kecamatan Muntilan. Di wilayah Muntilan dan sekitarnya, setidaknya telah berdiri sejumlah pusat perbelanjaan modern seperti Indomaret, alfamart, laris, ruko dan swalayan disekitar. Sementara Pasar Moderen Hadi Suwarno adalah Persaingan yang ketat dengan pusat perbelanjaan modern lainnya. Pasar Modern Hadi Suwarno mengalami persaingan ketat dengan sejumlah pusat perbelanjaan modern yang semakin menjamur seiring dengan pertumbuhan kecamatan Muntilan. Pada mulanya etika bisnis muncul ketika kegiatan bisnis tidak luput dari sorotan etika. Menipu dalam bisnis, mengurangi timbangan atau takaran, merupakan contoh-contoh konkrit adanya hubungan antara etika danbisnis. Dari fenomena-fenomena itulah maka akan diadakannya penelitian dengan judul “**Komparasi Implementasi Etika Bisnis Islam antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern (Studi pada Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno)**”.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka pokok masalah yang dapat dirumuskan adalah: Bagaimana Komparasi Implementasi Etika Bisnis Islam antara Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan perbedaan dan

persamaan Etika Bisnis Islam yang diterapkan antara pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Bagi Aspek Akademis
 - a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai etika bisnis Islam yang dilakukan oleh perusahaan atau oleh perorangan yang melakukan bisnis. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan meningkatkan pengetahuan tentang etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang dilakukan oleh perusahaan ataupun oleh perorangan.
2. Bagi Aspek Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi positif untuk mengetahui lebih lanjut mengenai etika bisnis Islam, terutama dalam bidang jual beli. Menjadikan etika bisnis Islam sebagai pegangan atau acuan seseorang ataupun perusahaan dalam melakukan bisnis yang baik dan benar.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangan konsep khususnya bagi pemerintah terkait dalam etika bisnis yang harus dilakukan oleh perusahaan, badan hukum, perorangan dan pihak swasta dalam melakukan bisnisnya agar tidak ada pihak pihak yang dirugikan dalam sebuah kegiatan bisnis.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan pada dasarnya berisi uraian tentang tahapan pembahasan yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

1. BAB I Pendahuluan, merupakan bagian yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka. Dimana latar belakang masalah berisi tentang alasan perlunya dilakukan penelitian dan juga mengandung inti dari permasalahan yang akan diangkat menjadi topik dalam penelitian sehingga akan menghasilkan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan.
2. BAB II, bab ini berisi tentang telaah pustaka, landasan teori, hipotesis, dan kerangka berfikir. Pada sub bab telaah pustaka ini diuraikan penelitian-penelitian dan kajian-kajian terdahulu, yang diperoleh dari jurnal ilmiah nasional yang bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Telaah pustaka ini memuat informasi-informasi dari penelitian-penelitian mengenai etika bisnis yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Selanjutnya, pada sub bab landasan teori diuraikan teori-teori yang relevan dengan permasalahan penelitian penulis, seperti implementasi etika bisnis yang meliputi pengertian etika bisnis secara umum dan secara islami, pentingnya etika bisnis islam serta etika bisnis islam menurut Rasulullah SAW. Kemudian membahas tentang pasar secara umum, pasar tradisional dan pasar modern.
3. BAB III, Pada bab ini akan diuraikan tatacara pelaksanaan penelitian untuk mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang telah ditetapkan. Tatacara pelaksanaan penelitian pada sub bab ini meliputi desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, Instrumen penelitian yang digunakan, dan teknik analisis data.
4. BAB IV Bab ini memaparkan tentang gambaran umum Etika Bisnis Islam pada Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern HS, serta hasil penelitian yang telah dilakukan.
5. BAB V Pada bab ini adalah penutup. Bagian ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran sebagai jawaban persoalan yang dibahas dalam penelitian ini.