

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Menghubungkan antara bisnis dan agama seringkali dianggap tabu baik oleh kalangan bisnis sendiri maupun kalangan pegiat agama. Bagi sebagian kalangan pegiat agama, bisnis dinilai sebagai ranah yang penuh dosa, sedangkan agama adalah ranah yang suci. Mencampurkan keduanya dianggap mempertaruhkan kesucian agama. Bagi sebagian kalangan bisnis, agama adalah utopia: prinsipnya baik dan benar tetapi tidak realistis paling tidak untuk situasi konkret saat ini. Anggapan semacam itu sama sekali tidak menolong para pebisnis yang juga penghayat agama. Seringkali mereka harus hidup dalam dua dunia yang terasa bertentangan. Ketika menjalankan bisnis mereka harus meninggalkan atau mengesampingkan keyakinan agama, dan ketika menjalankan ibadah mereka harus melupakan atau menyesalkan bisnis mereka tanpa pernah bisa meninggalkannya. Pandangan dualistik seperti tersebut memang bukan sesuatu yang baru dalam hal hubungan bisnis dan agama.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar

sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu.

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.<sup>1</sup> Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya, pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain.<sup>2</sup>

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Seperti contoh, banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang, antara lain pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Peraturan presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, 2007. [www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id) , pada tanggal 31 Oktober 2016 pukul 20:31 WIB.

<sup>2</sup>Akhmad Mujahiddin., *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), hlm. 143.

<sup>3</sup>Erma Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010, hlm. 2.

Pembeli atau konsumen sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan khususnya di pasar yang dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan. Kejujuran dalam perdagangan tetap dapat diwujudkan dengan cara para pedagang mengatakan secara jujur bahwa barang yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang kualitas buruk.

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Asy-Syu'ara ayat 181-183:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴾  
﴿ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴾

*Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.*<sup>4</sup>

Ayat tersebut menganjurkan kepada seluruh ummat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), hlm. 299.

<sup>5</sup>Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 154.

Kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar. Dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor: 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berisikan hak-hak konsumen, disamping kewajiban yang harus dilakukan. Dengan adanya undang-undang tersebut, maka diharapkan kepada para pelaku bisnis untuk melakukan peningkatan dan pelayanan sehingga konsumen tidak merasa rugi. Yang penting dalam hal ini adalah bagaimana sikap produsen agar memberikan hak-hak konsumen yang pantas diperoleh. Disamping juga agar konsumen juga menyadari apa yang menjadi kewajiban.<sup>6</sup> Apa yang tertuang dalam undang-undang tersebut secara eksplisit dan substansial sebenarnya sesuai yang diinginkan dalam etika bisnis Islam.

Menurut Yusuf Qardhawi, Etika Bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syari'ah.<sup>7</sup>

Islam melalui al-Qur'an dan hadits memberikan petunjuk fundamental bagi umatnya dalam bertingkah laku. Islam tidak melarang umatnya untuk memperjuangkan kehidupan duniawi, namun juga selalu mengingatkan umatnya untuk mencari bekal bagi kehidupan yang lebih kekal, yaitu kehidupan akhirat. Oleh karena itu, selain memotivasi umatnya untuk giat bekerja, Islam juga memberikan tuntunan nilai serta moral yang menjadi

---

<sup>6</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm. 113.

<sup>7</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hlm. 5.

pedoman bagi umatnya dalam bertindak dan berperilaku termasuk dalam aktifitas bisnisnya, yang semuanya telah diatur dalam etika bisnis Islam agar keseimbangan hidup dunia dan akhirat dapat tercapai.

Pada dasarnya pasar adalah ladang syariah, dan tujuan hidup seorang muslim yaitu *falah* (kesuksesan dunia dan akhirat) dengan implementasinya adalah *maslahah* pada aktivitas *maqasid syariah*. Prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak juga harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional ataupun pasar modern yang melakukan transaksi jual beli. Konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syari'ah seperti keadilan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim tetapi juga non muslim. Dengan mengacu praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah serta para sahabatnya dan pada *maqasid syariah*. *Maqasid syariah* memiliki lima faktor, yaitu pencapaian agama, meningkatkan kualitas hidup, meningkatkan kualitas ilmu, meningkatkan kualitas keturunan dan meningkatkan kuantitas kekayaan. Nah, seorang muslim untuk mencapai *falah* dalam kehidupannya harus berusaha mencapai *maqasid syariah*.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Pasar merupakan area tempat jual beli barang

dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar Gede merupakan pasar terbesar di Kabupaten Cilacap. Menurut sumber data yang bisa saya ketahui dari pengelola, bahwa Pasar Gede merupakan pasar dengan rata-rata omset perhari mencapai tiga puluh lima juta rupiah.<sup>8</sup>

Pasar Gede merupakan pasar campuran antara modern dan tradisional. Modern karena di dalamnya ada mallnya yakni Borobudur Mall. Di Pasar Gede juga tersedia fasilitas-fasilitas umum antara lain 595 kios, 332 los, mushola 1 buah, MCK 6 buah, dan 1 buah supermarket. Jumlah pedagang yang beraktivitas di pasar ini pun lebih dari enam ratus orang. Jadi, tak heran jika pasar ini dijadikan objek wisata juga. Dengan komposisi pasar yang semacam itu, sangat menarik untuk dibicarakan.<sup>9</sup>

Fenomena yang terjadi pada masyarakat, baik di wilayah kota kabupaten atau kecamatan, para pedagang sering melakukan aksi nekat seiring dengan berjalannya persaingan bisnis di era modern saat ini, yakni dengan membanting harga setinggi-tingginya atau mengurangi timbangan agar mendapat keuntungan yang lebih. Maka dari uraian tersebut diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji judul **“Perilaku Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Jawa Tengah Perspektif Etika Bisnis Islam”**.

---

<sup>8</sup>Sumber Disperindangkop UMKM Kab. Cilacap.

<sup>9</sup>Sumber data pasar rakyat yang diperoleh dari Pemda Kab. Cilacap.

## B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Pada umumnya sistem nilai, sebagai sebuah kebiasaan yang baik, diwariskan dalam bentuk aturan atau norma yang diharapkan menjadi pegangan setiap penganut agama tersebut. Dengan demikian, maka agama lalu dianggap sebagai sumber utama nilai moral dan etika. Selanjutnya etika juga dipahami sebagai ilmu yang berkenaan dengan ukuran baik dan buruk.<sup>10</sup>

Menurut Madjid Fakhri, etika (akhlak) adalah gambaran rasional mengenai hakikat dan dasar perbuatan keputusan yang benar, serta prinsip-prinsip yang menentukan klaim bahwa perbuatan dan keputusan tersebut secara moral diperintahkan atau dilarang.<sup>11</sup>

Sedangkan kata bisnis yang terambil dari bahasa Inggris, *bussiness*, berarti urusan atau usaha.<sup>12</sup> Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, bisnis berarti usaha-usaha komersial di dunia perdagangan.<sup>13</sup> Oleh karena itu, dalam pembahasan ini, yang dimaksudkan dengan bisnis adalah perdagangan atau jual beli.

Kasmir mendefinisikan pasar sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat

---

<sup>10</sup>Tibor R. Machan, *Introduction to Philosophical Inquiries*, (Boston: Allayn and Bacon Inc. Baston, 1977), hlm. 31.

<sup>11</sup>Madjid Fakhri, *Etika dalam Islam*, Penerjemah Zakiyuddin Baidhawiy (Yogyakarta: Pustaka Pelajar & UMS Surakarta, 1996), hlm. 12.

<sup>12</sup>John M. Echol dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Itaca: Cornell University press, 2000), hlm. 90.

<sup>13</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 138.

pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran.<sup>14</sup> Pasar dengan landasan pengertian tersebut merupakan bagian yang menjadi fokus bahasan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan fokus pembahasan di atas, maka yang menjadi masalah utama dalam objek kajian penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman pedagang muslim pasar Gede Cilacap mengenai etika bisnis Islam?
2. Bagaimana perilaku pedagang muslim pasar Gede Cilacap perspektif etika bisnis Islam?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun untuk tujuan dan manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mendeskripsikan pemahaman pedagang muslim pasar Gede Cilacap mengenai etika bisnis Islam.
  - b. Untuk menganalisis perilaku pedagang muslim pasar Gede Cilacap perspektif etika bisnis Islam.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Sedangkan hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi manfaat antara lain :

- a. Manfaat teoritis yaitu penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta informasi bagi semua pihak terutama masyarakat muslim dan juga sebagai evaluasi terhadap penerapan etika

---

<sup>14</sup>Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 156.



bisnis Islam sekaligus sebagai acuan dan masukan dalam membuat kebijakan yang akan datang.

- b. Manfaat praktis yaitu bagi peneliti dapat menambah wawasan teori dan praktek tentang etika bisnis Islam. Sedangkan manfaat praktis bagi pedagang dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran, bagi pihak lain hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam penelitian selanjutnya.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah pembaca memahami penelitian ini, pembahasan dilakukan secara sistematis ke dalam 5 (lima) bab. Sistematika pembahasan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, fokus pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II memuat tentang kajian penelitian terdahulu dan kerangka teori. tinjauan umum etika bisnis, meliputi sistem ekonomi kapitalis dan sistem ekonomi Islam. Dalam bab ini juga dikemukakan pandangan-pandangan intelektual mengenai perilaku, perilaku pedagang, bisnis, etika, dan etika bisnis.

Bab III menjelaskan tentang etika bisnis dalam Islam yang meliputi landasan etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, fungsi serta peran etika Islam dalam bisnis, dan praktik bisnis yang melanggar etika (mal bisnis).

Bab IV mendeskripsikan perilaku pedagang muslim pasar Gede Cilacap ditinjau dari etika bisnis Islam. Bahasan ini meliputi, praktek bisnis pedagang muslim pasar Gede Cilacap yang sesuai dengan etika bisnis Islam, dan praktek bisnis pedagang muslim pasar Gede Cilacap yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Bab V Penutup diletakkan karena merupakan intisari dari jawaban yang menjadi kegelisahan diadakannya penelitian ini dan menjadi hasil akhir dari pernyataan yang diajukan pada bab I dan di kemukakan beberapa kesimpulan hasil analisis data dan beberapa saran.

