

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis merupakan aktivitas yang selalu ada di sekitar kehidupan manusia dan dikenal oleh banyak kalangan. Dalam kehidupan sehari-hari bahwa bisnis sangat bermanfaat bagi kehidupan masyarakat karena pada dasarnya hakikat bisnis adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, organisasi ataupun masyarakat luas. Aktivitas bisnis bukan hanya kegiatan dalam rangka menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga termasuk kegiatan mendistribusikan barang dan jasa tersebut ke pihak-pihak yang memerlukan serta aktivitas lain yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi tersebut. Kegiatan bisnis juga menjadi sumber penghasilan dan lapangan pekerjaan setiap orang.

Bisnis dalam Islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah swt. Bisnis menurut Islam tidak hanya dilandasi oleh tujuan-tujuan yang bersifat duniawi, tapi bisnis juga untuk tujuan kehidupan di akhirat dan sebagai bentuk ibadah untuk memakmurkan bumi. (Ali, 2009: 195) Oleh sebab itu bisnis perlu dilandasi oleh pertimbangan-pertimbangan yang etis. Dengan menggunakan pandangan ideal, bisnis tidak hanya bertujuan untuk keuntungan saja tetapi melainkan juga untuk memperjuangkan nilai-nilai yang manusiawi.

Islam mengatur agar kegiatan ekonomi di Pasar berjalan secara adil. Islam tidak membiarkan begitu saja seorang bekerja sesuka hati untuk

mencapai tujuan dan keinginan dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan kecurangan. Penipuan, riba, sumpah palsu, dan menyuap dengan perbuatan batil lainnya. Oleh karena itu, islam memberikan batasan atau garis pemisah antara boleh dan tidak boleh, benar dan salah, serta halal dan haram. Batasan inilah yang disebut etika.

Seiring dengan perkembangan zaman, perkembangan bisnis di Indonesia juga telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Adanya budaya konsumtif akibat dari perkembangan zaman tersebut inilah semakin memacu para pelaku bisnis untuk berusaha menyediakan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Bahwa Setiap harinya muncul pelaku bisnis yang mengenalkan produknya dengan kreativitas dan inovasi baru. Bahkan, kegiatan bisnis sendiri sudah merambah di berbagai pihak masyarakat, sehingga hal ini menyebabkan adanya persaingan yang semakin kompetitif.

Jika dilihat dari fenomena yang ada, banyak dijumpai pelaku bisnis yang bersikap amoral di tengah persaingannya. Tujuannya yaitu untuk memenangkan persaingan yang bermuara pada perolehan keuntungan yang sebesar-besarnya. Secara internal seorang pelaku bisnis mempersepsikan bahwa bisnis adalah bisnis, karena itu aktivitas bisnis adalah netral. Dalam arti aspek etika tidak ada kompetensi untuk terlibat di dalamnya. Dengan demikian, pelaku bisnis bebas meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan cara apapun tanpa peduli kepentingan pihak lain. (Djakfar, 2009: 133).

Fenomena di atas tidak hanya terjadi di kota besar yang notabene perkembangan bisnis dan persaingannya sangat pesat. Di daerah kecil seperti

Karangkoar yang berada di kabupaten Banjarnegara pun juga demikian. Karangkoar adalah satu kecamatan di kabupaten Banjarnegara dengan luas wilayah 39,07 km² dari luas wilayah Kabupaten Banjarnegara. Kecamatan Karangkoar terdiri dari tigabelas desa yaitu: Ambal, Binangun, Gumelar, Jlegong, Karanggondang, Karangkoar, Leksana, Pagerpelah, Pasuruhan, Paweden, Purwodadi, Sampang, Slati. Jumlah penduduk di Kecamatan Karangkoar pada tahun 2018 sebanyak 29.435 jiwa. (www.Banjarnegara.com, 2018)

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, penulis telah melakukan wawancara kepada pembeli untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan yang dilakukan oleh pedagang. Berdasarkan pendapat Roscoe yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai 50. (Sugiyono, 2013: 53) maka peneliti mengambil 30 pembeli sebagai sampel untuk diwawancarai. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan bahwa 25 pembeli mengaku pernah merasa tertipu oleh pedagang, sedangkan 5 pembeli yang lainnya mengaku belum pernah merasa tertipu karena mereka memiliki langganan yang tetap. Bentuk penipuan yang sering dilakukan adalah bahwa pedagang mencampur barang yang kualitas jelek dengan kualitas bagus tetapi harganya mahal, pedagang berbohong tentang kualitas barang yang mereka jual, menjual dengan harga yang lebih tinggi di banding dengan harga pedagang yang lain, pedagang menjual barang haram seperti minuman keras, menyembunyikan barang dagangan yang cacat, dan masih banyak lagi kecurangan yang lainnya.

Pasar Karangobar adalah pasar harian yang memiliki luas lahan mencapai 7.230 m². Pasar karangkobar memiliki 680 pedagang dengan jumlah pedagang terbagi menjadi beberapa kategori yaitu pedagang yang berjualan dengan los, diluar los dan dengan kios. Pasar Karangobar memiliki 255 petak kios, petak kios pasar Karangobar terbagi di beberapa blok seperti penjual sembako. blok penjual pakaian, blok penjual sepatu dan sandal, blok penjual makanan ringan, blok gerabah, blok penjual elektronok, blok penjual pakaian bekas, blok penjual arloji atau asesoris dan blok penjual makanan. dengan luas kios 12m², terdapat 1263 unit jumlah los dan masing-masing los yakni 3m². (www.Banjarnegara.com, 2018)

Sebagian besar pedagang yang ada di pasar tersebut merupakan pedagang yang beragama Islam. Sebagai seorang Muslim hendaknya dalam berbisnis selalu berpedoman pada etika-etika yang diajarkan oleh Rasulullah dan bersumber pada kitab suci umat Islam yaitu Al-Quran. Seorang Muslim yang mempunyai tingkat keagamaan yang tinggi juga akan selalu berupaya untuk menjalankan syariat Islam. Dengan memegang teguh ajaran Islam, manusia akan memiliki kualitas sikap yang terpuji sebagai identitas keislamannya dan dapat terlihat dari perilaku sehari-hari baik dalam hubungannya dengan sesama manusia maupun perilakunya dalam berbisnis. Akan tetapi pada kenyataan masih banyak pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya yang masih mengabaikan etika bisnis Islam, misalnya tidak adanya kejelasan tentang spesifikasi dan takaran barang yang dijual, masih ada pedagang yang mengurangi takaran timbangan, ada pedagang yang

memonopoli harga dengan cara menjual barang dagangan lebih murah dari harga pasaran, sehingga menyebabkan para pedagang lainnya terkena imbasnya, menjual barang yang kualitasnya tidak bagus tetapi mengatakan kepada konsumen bahwa barang tersebut berkualitas bagus dan dijual dengan harga yang sama.

“PENGARUH PENGETAHUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP PERILAKU PEDAGANG MUSLIM (Studi pada Pedagang di Pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara)”

Dari berbagai realita yang ada, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang dipasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi etika bisnis Islam pada pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara?
2. Bagaimana perilaku pedagang muslim pada pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara?
3. Apakah etika bisnis Islam berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pedagang muslim pada pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Implementasi etika bisnis Islam di pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara
2. Untuk mengetahui bagaimana perilaku pedagang muslim di pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara
3. Untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim di pasar Karangobar Kabupaten Banjarnegara

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis mengenai etika bisnis Islami serta mengetahui pengaruhnya terhadap perilaku bisnis pedagang muslim.

2. Bagi peneliti lain

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi bagi peneliti lain dan bisa digunakan sebagai rujukan, serta bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan yang berhubungan dengan pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang muslim.

3. Bagi Masyarakat

Sebagai pengetahuan atau masukan dalam memahami etika berbisnis yang baik sesuai dengan tuntutan Agama Islam.