

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam ajaran Islam, etika menuntun seluruh aspek kehidupan manusia. Tanpa mengkhususkan diri pada suatu situasi tertentu, Allah SWT menggambarkan orang yang mencapai kesuksesan sebagai orang-orang yang mengarahkan semua tindakannya kepada kebaikan, mendorong kepada yang benar dan melarang kepada yang salah, baik saat menjalankan aktivitas sehari-hari ataupun menjalankan bisnis (*muamalah*).

Kemajuan dalam bisnis terus melaju dengan pesat dan mempunyai peran sentral dalam keseluruhan kemajuan abad ini. Masyarakat semakin menyadari betapa pentingnya kegiatan bisnis bagi kemajuan dan perkembangan bangsa. Tetapi masyarakat juga semakin peka dan tanggap akan berbagai hal yang menjurus pada praktik bisnis yang tidak etis. Sikap peka dan tanggap ini menunjukkan bahwa masyarakat mengharapkan suatu bentuk kegiatan bisnis yang menciptakan kemajuan tanpa menyalahi etika atau norma yang berlaku di dalam masyarakat. Bentuk kegiatan bisnis yang diharapkan masyarakat tersebut, perlu mendapat perhatian dari para pelaku bisnis dan pemerintah sebagai penentu kebijakan. Para pelaku bisnis dan pemerintah sebagai penentu kebijakan. Para pelaku bisnis juga semakin menyadari bahwa dalam persaingan bisnis yang semakin marak bangkitnya kesadaran masyarakat akan bisnis yang baik, mendorong mereka memberi perhatian kepada faktor-faktor perekonomian, seperti aspek manusiawi dan etika, dalam usaha mencapai kesuksesan bisnisnya.

Perkembangan dunia bisnis, menuntut adanya kejelasan mengenai cara melaksanakan usaha yang berlaku secara luas dikalangan para pengusaha profesional. Kejelasan mengenai batasan, cakupan, wawasan, serta orientasi etika bisnis dirasa perlu, karena ini dilakukan secara tradisional. Dari konsolidasi ini, dilakukan pemantapan terhadap praktek yang mesti ditinggalkan dan yang harus dipertahankan, agar tumbuh kepercayaan kepada para pengusaha. Peningkatan efisiensi kerja, penemuan standar praktek bisnis, pengembangan identitas pengusaha dan disiplin kerja pokok dilingkungan bisnis.

Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Pembicaraan tentang etika bisnis tidak terlepas dari pembicaraan tentang etika secara keseluruhan, sebab kegiatan bisnis adalah salah satu dari kegiatan manusia, betapa penting kegiatan bisnis itu maka etika bisnis dapat dipandang sebagai refleksi atau keterlanjutan etika subyek bersangkutan dalam kebulatan tingkah lakunya. Bisnis saat ini belum dianggap sebagai suatu profesi yang luhur, hal ini disebabkan oleh pandangan masyarakat yang dianggap bahwa bisnis adalah suatu pekerjaan yang kotor, kesan masyarakat sesungguhnya akibat perilaku beberapa orang bisnis itu sendiri yang memperhatikan citra negatif tentang bisnis dimata masyarakat.

Sebagian pedagang mengambil keuntungan sebesar-besarnya tetapi menghasilkan barang dan jasa dengan mutu rendah tanpa menghiraukan kepuasan, kesejahteraan, keamanan dan kepentingan masyarakat, hal ini kiranya perlu dihindari oleh para pedagang. Namun kiranya masih ada ruang dan kemungkinan

serta relevansinya untuk membicarakan etika bisnis dalam kaitannya dengan agama. Sebab sepanjang mengenai agama islam misalnya, terdapat menegaskan bahwa tujuan kerasulan Nabi Muhammad SAW tidak lain adalah untuk memberikan masyarakat etis melalui pendidikan akhlak bagi pemiliknya.

Etika dalam bisnis kiranya dipahami oleh para pelaku bisnis. Apabila etika dipahami sebagai seperangkat konsep moral yang membedakan antara yang benar dan apa yang salah, maka dalam Islam banyak sekali padanan kata yang dekat dengan makna tersebut, yakni; *khuluk, khair, birr, adl, hak, dan taqwa*. Orang Islam harus mengetahui bagaimana berbisnis dengan benar, agar terhindar dari praktik-praktik bisnis haram yang tidak diajarkan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Oleh karena itu dengan mengacu apa yang telah disebutkan tentang etika bisnis maka diharapkan dapat mempengaruhi perilaku pedagang dalam melakukan aktifitas bisnis.

Etika bisnis Islami adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai- nilai ajaran Islam. Etika bisnis Islami dapat diamati dari indikator *Shidiq, Fatanah, Amanah, Tabligh, dan Istiqomah*. Konsep tentang etika bisnis Islam berakar pada dua sumber hukum utama, hukum Islam yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah, seperti dalam Al-Qur'an Allah SWT dengan tegas melarang seorang hamba memakan sebagian harta yang lain dengan jalan batil. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah/:188.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ
بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Terjemah:

*“Dan janganlah kamu makan harta lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu menyuap dengan harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui”.*¹

Ayat tersebut mengisyaratkan ada dua hal yang harus diketahui dalam urusan perdagangan atau berbisnis, Pertama, Perdagangan atau bisnis itu harus dilakukan atas dasar saling rela antara kedua belah pihak. Kedua, tidak boleh merugikan baik untuk dirinya sendiri (*Vested interest*) maupun orang lain. Ayat tersebut pula menganjurkan kepada manusia untuk berbisnis dengan tidak merugikan orang lain. Baiknya etika bisnis diharapkan dapat memperbaiki perilaku pedagang muslim. Perilaku pedagang muslim merupakan perilaku pedagang dalam melakukan aktifitas jual beli yang berdasarkan ketentuan dalam ajaran Islam, tidak melakukan curang, seperti mengurangi takaran timbangan.

Pasar Sentral Kota Kendari merupakan salah satu tempat yang disediakan oleh pemerintah Kota Kendari dalam mengelola perekonomian daerah. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan ditemukan bahwa mayoritas pedagang di pasar tersebut beragama Islam, dan taat beragama. Hal itu terlihat para pedagang perempuan menutup aurat seperti berpakaian panjang, rapi dan mengenakan jilbab, kebanyakan pedagang perempuan membawa alat sholat seperti sajadah dan mukena.

¹ Kementerian Agama, *Alquran dan Terjemah New Cordova* (Cetakan Pertama, Bandung; Syaamil Quran, 2012) h. 28

Hal ini juga didukung bahwa pedagang yang ada di Pasar Sentral didominasi oleh suku Bugis yang beragama Islam. Namun demikian masih kerap ditemukan bahwa beberapa pelanggaran etika dalam berbisnis, seperti pedagang tidak jujur terhadap kualitas barang yang dijualnya. Hal ini menunjukkan nilai-nilai etika dikesampingkan dan pedagang hanya fokus pada keuntungan semata. Disamping itu ada pedagang yang tidak mencerminkan perilaku yang islami seperti berkata-kata kasar antara sesama pedagang, hal ini akan menimbulkan rasa ketidaknyamanan pengunjung yang datang.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Pedagang muslim di Pasar Sentral Kota Kendari (Studi Kasus Pada Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana etika bisnis Islami pada pasar sentral Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat Kota Kendari.
2. Bagaimana perilaku pedagang muslim pada pasar sentral Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat Kota Kendari.
3. Apakah etika bisnis Islami berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pedagang muslim pada pasar sentral Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat Kota Kendari.

C. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga bahwa: Etika bisnis berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pedagang muslim pada pasar sentral kelurahan Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat Kota Kendari.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a) Etika bisnis Islami pada pasar sentral kelurahan Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat Kota Kendari.
- b) Perilaku pedagang muslim pada pasar sentral kelurahan Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat Kota Kendari.
- c) Pengaruh etika bisnis Islami terhadap perilaku pedagang muslim pada pasar sentral kelurahan Kelurahan Sanua Kecamatan Kendari Barat Kota Kendari.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah

- a) Bagi Pedagang, hasil penelitian ini kiranya dapat menjadi bahan masukan dalam memahami etika dalam berbisnis yang baik yang sesuai dengan tuntunan Agama Islam.
- b) Bagi peneliti selanjutnya, kiranya dapat menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian yang ada kaitannya dengan etika bisnis Islami dan perilaku pedagang.

- c) Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dalam memahami konsep ekonomi Islam dalam bentuk aplikatif.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari interpretasi yang berbeda dan kekeliruan dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu peneliti memberikan definisi operasional, sebagai berikut:

1. Etika adalah seperangkat asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, baik atau buruk, benar maupun salah yang dianut suatu golongan.² Maksud etika dalam penelitian ini adalah etika yang berlaku dalam perdagangan yang berkaitan dengan moral, budi pekerti, adat istiadat dan sikap benar serta baik.
2. Bisnis adalah usaha dagang atau usaha komersial dalam dunia perdagangan.³ Bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perdagangan yang dilakukan oleh pedagang muslim di Pasar Sentral Kota Kendari, yaitu pedagang ikan, pedagang sayur, pedagang pakaian, pedagang sepatu, pedagang sembako, pedagang beras, pedagang pecah belah dan pedagang kosmetik
3. Etika Bisnis Islam yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seperangkat prinsip dan norma yang berbasiskan Al-Quran dan Al-Hadis yang harus dijadikan pedoman oleh semua pedagang dalam aktivitas bisnis,⁴ Etika bisnis

²Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Cetakan ke 3. Jakarta: Balai Pustaka, 2004), , h. 978.

³Tim Penyusun Kamus,, h. 121.

⁴Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang, 2007) h. 38

Islam diamati dari indikator *shidiq, fatanah, amanah, tabligh* dan *istiqomah*.

4. Perilaku adalah tanggapan, reaksi, dan tindakan yang terwujud dalam sikap terhadap rangsangan atau lingkungan.⁵ Perilaku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku pedagang muslim yang menerapkan Etika bisnis Islam, dan perilaku pedagang dalam menghadapi persaingan usaha. Perilaku pedagang dalam penelitian ini diamati dari indikator *takwa, aqshid* dan *khidmad*.
5. Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang.⁶ Pedagang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang muslim yang menjual kebutuhan sandang, pangan dan pakaian.
6. Pasar Sentral kota kendari adalah suatu tempat pertukaran barang jasa terhadap para pelaku ekonomi di Kota Kendari.



⁵Tim Penyusun Kamus..., h. 671

⁶Ibid., h. 978.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Relevan

Penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh:

1. Diah Sulistiyani (2015) Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi Kasus Pada Pedagang Sembako Di Pasar Karangobar). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial etika bisnis Islami berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang. Secara parsial religuitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang. Secara simultan etika bisnis Islami dan religuitas berpengaruh signifkkan terhadap perilaku pedagang. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islami dan perilaku pedagang. Sedangkan perbedaannya tertak pada lokasi penelitian.¹
2. Emi Rosyidah (2014) Pengaruh Persaingan Usaha dan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pengusaha Muslim di Desa Kureksari Waru Sidoarjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan usaha dan etika bisnis berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengusaha baik secara parsial maupun secara simultan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang etika bisnis dan

¹Diah Sulistiyani, *Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim* (Studi Kasus Pada Pedagang Sembako Di Pasar Karangobar). Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.