

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan, dan teknologi. Manusia berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhannya yang terkadang mereka tidak mempertimbangkan kepentingan orang lain dan menjadikan manusia yang materialistis serta meninggalkan norma-norma dan nilai-nilai kemanusiaan.

Manusia menjalin hubungan kerja sama dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas yaitu dengan cara berbisnis. Bisnis adalah suatu kata yang populer dalam kehidupan sehari-hari. Tiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Kaum produsen dan orang-orang lain yang bergerak dalam kegiatan bisnis berhasil membuat keuntungan dan memperbesar nilai bisnisnya yang makin lama makin meningkat. Dalam zaman modern ini, dunia bisnis semakin kompleks, dan membutuhkan banyak waktu bagi mereka yang ingin mempelajarinya serta mempraktikkan sampai berhasil.¹

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang di sepanjang abad dan semua lapisan masyarakat. Agama Islam sejak lahirnya mengizinkan adanya bisnis (perdagangan), karena Rasulullah SAW sendiri pada awalnya juga berbisnis dalam jangka waktu yang cukup lama. Namun, Rasulullah SAW tidak begitu saja meninggalkan tanpa aturan, kaidah, ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis. Diantara nilai-nilai

¹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009, hlm. 115.

yang penting dalam perdagangan atau bisnis adalah sifat kasih sayang yang telah dijadikan Allah SWT sebagai *trade mark*.²

Selama ini banyak orang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Prinsip ekonomi Barat yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin. Pedagang muslim tidak boleh mencari laba semaksimal mungkin, tidak menganut apa yang diajarkan oleh prinsip ekonomi Barat tersebut, tetapi harus ada batasan-batasannya. Perdagangan yang intinya jual beli, berarti saling menukar. Menurut syariat, jual beli adalah pertukaran harta, memindahkan hak milik dengan ganti atas dasar saling rela-ikhlas, bukan berarti rasa kesal-menyetal.³ Oleh karena itu, tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.

Etika bisnis islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Seorang pengusaha dalam pandangan etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materiil (bendawi), tetapi yang penting lagi adalah keuntungan immateriil (spiritual).⁴

Yusuf Qardhawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai-nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu menegakkan

² Yusuf Qardhawi, *Peran, Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, Robbani Press, Jakarta, 1995, hlm. 320.

³ Buchari Alma, *Op. Cit.*, hlm. 116.

⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Pennebar Plus, Jakarta, 2012, hlm. 30.

larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan, bersikap benar, amanah, dan jujur, menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga dan menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.⁵

Berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar. Konsep Islam memahami bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif. Pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak manapun.⁶

Konsep Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri di atas prinsip persaingan sempurna. Namun demikian bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, akan tetapi kebebasan yang dibungkus oleh *frame* (kerangka) syariah. Dalam Islam, transaksi yang terjadi secara sukarela sebagaimana disebutkan dalam QS. An-Nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesukamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*” (QS. An-Nisa: 29)⁷

Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini ada sebagai refleksi dari keimanannya kepada Allah, bahkan Rasulullah menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan moralitas. Pelaksanaan etika bisnis di masyarakat sangat didambakan oleh semua orang. Namun, banyak pula orang yang tidak ingin

⁵ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani, Jakarta, 1997, hlm. 173.

⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 271.

⁷ Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Departemen Agama RI, hlm. 122.

melaksanakan etika ini secara murni. Mereka masih berusaha melanggar perjanjian, manipulasi dalam segala tindakan. Mereka kurang memahami etika bisnis, atau mungkin saja mereka paham tapi memang tidak mau melaksanakan.

Suatu kenyataan kita hadapi di masyarakat perilaku yang menyimpang dari ajaran agama, merosotnya etika dalam bisnis, tumbuh gejala kurangnya rasa solidaritas, tanggung jawab sosial dan tingkat kejujuran, saling curiga, sulit percaya kepada seorang pengusaha jika berhubungan untuk pertama kali. Kepercayaan baru terbentuk jika sudah terjadi transaksi beberapa kali. Namun, ada saja yang mencari peluang untuk menipu, setelah terjadi hubungan dagang yang mulus dan lancar beberapa kali, pembayaran lancar sudah saling percaya. Tapi akhirnya yang satu menipu yang lainnya, memanfaatkan kepercayaan yang baru terbentuk ini. Hal yang kurang etis sering pula dilakukan dalam bentuk memotong relasi saingan. Apabila seseorang mempunyai langganan setia, kemudian oleh lawannya disaingi dengan menawarkan barang dengan harga yang lebih murah, malahan kadang-kadang dengan harga rugi. Ini akan berakibat mematikan saingan dan merugikan diri sendiri dan sama sekali tidak etis.⁸ Selain itu adalah persaingan. Persaingan yang sempurna, adalah sesuai dengan kesepakatan pasar. Yang semua itu juga sudah diatur dalam islam, bahwa tidak merugikan salah satu pihak. Contohnya adalah persaingan harga. Persaingan harga pasar harus ditentukan dengan kesepakatan bersama yang tentunya tidak merugikan pedagang lain, pembeli dan komponen lainnya.

Pasar Juwana Baru merupakan pasar terbesar yang ada di wilayah Juwana dengan ribuan pedagang yang menjajakkan dagangannya disana dan dengan berbagai jenis usaha atau dagangan. Berikut jumlah pedagang berdasarkan tempat jualan:

⁸ Buchari Alma, *Op. Cit.*, hlm. 199.

Tabel 1.1
Jumlah Pedagang Berdasarkan Tempat Jualan

No	Lokasi	Jumlah Pedagang
1.	Kios	109
2.	Los	1780
	Total Keseluruhan Jumlah Pedagang	1889

Sumber: Kantor Pasar Juwana Baru

Dahulu Pasar Juwana pernah terjadi peristiwa kebakaran pada tahun 2005 dengan jumlah pedagang yang tidak sebanyak sekarang. Sebelum terjadi kebakaran, persaingan bisnis antar para pedagang belum cukup ketat. Namun, setelah terjadi kebakaran terdapat persaingan bisnis (usaha) yang cukup ketat, seperti persaingan dari segi harga, kualitas produk, dan pelayanan. Ada sebagian pedagang dalam memberikan harga terhadap produknya lebih rendah daripada harga pesaing dengan tujuan mematikan pesaingnya. Hal ini menimbulkan reaksi dari sebagian pedagang. Pedagang yang mempunyai modal yang besar merendahkan harga barang dagangannya untuk menjatuhkan pesaingnya yang mempunyai modal sedikit atau pas-pasan. Dan ada pula pedagang yang meninggikan harga barang dagangannya, sehingga merugikan konsumen yang membeli barang dagangannya.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Sukarti, salah seorang pedagang di Pasar Juwana mengatakan bahwa di Pasar Juwana terdapat persaingan bisnis yang cukup ketat, baik dari segi harga, kualitas, maupun pelayanan. Namun, persaingan yang paling menonjol adalah dari segi harga. Para pedagang yang baru mempunyai modal yang sangat besar dan mereka bebas dari pinjaman (hutang) ke bank melakukan hal yang semena-mena dengan merendahkan harga barang dagangannya dibanding pedagang lain dengan tujuan menjatuhkan pesaingnya, yaitu para pedagang yang lama yang mempunyai modal sedikit atau pas-pasan akibat dari peristiwa pasar terbakar beberapa tahun silam. Hal ini jelas tidak diperbolehkan dalam etika berbisnis secara Islam.

Selain persaingan harga adalah persaingan dari kualitas produk. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, ada sebagian pedagang tidak memberikan kualitas yang baik kepada pembeli. Pedagang tersebut memberikan kualitas dibawahnya atau dengan kata lain barang tersebut adalah barang tiruan. Pedagang tidak mengatakan yang sebenarnya bahwa barangnya tersebut adalah barang dengan kualitas di bawah produk aslinya. Hal ini jelas tidak diperbolehkan dalam etika berbisnis secara Islam. Namun, dalam hal pelayanan rata-rata pedagang memberikan pelayanan terbaik mereka dengan bersikap ramah kepada pembeli, sopan, menggunakan kata-kata yang baik yang bisa menarik hati pembeli. Hal tersebut jelas tidak melanggar etika bisnis dalam Islam.

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan adalah obyek dari penelitian terdahulu adalah sebuah perusahaan besar di bidang industri, sedangkan penelitian penulis berada di Pasar Juwana Baru. Subyek dari penelitian terdahulu adalah mewawancarai seorang direktur atau manajer, sedangkan penelitian penulis melakukan wawancara dengan para pedagang di Pasar Juwana Baru. Selain itu, banyak para pedagang di Pasar Juwana yang belum memahami dan menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan usahanya.

Berdasarkan pemikiran diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran)”**. Hal ini menarik untuk diteliti terkait persaingan bisnis dalam tinjauan etika bisnis Islam para pedagang di Pasar Juwana Baru. Penulis memilih pedagang di Pasar Juwana karena terdapat banyak penyimpangan dalam aktivitas bisnisnya dan Pasar Juwana Baru tergolong pasar besar di daerah Juwana khususnya dan daerah sekitarnya pada umumnya.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam penulisan judul, maka penulisan memberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Persaingan

Persaingan adalah keadaan ketika organisasi berperang atau berlomba untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan.⁹ Persaingan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah persaingan yang dilakukan pedagang untuk menarik konsumen dan untuk memenangkan pangsa pasar.

2. Bisnis

Bisnis merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan, memasarkan barang dan jasa yang diperlukan oleh manusia, baik dengan cara berdagang maupun bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba.¹⁰ Bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jual beli atau perdagangan yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Juwana Baru.

3. Pedagang

Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang. Pedagang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang yang menjual kebutuhan sandang, pangan dan kebutuhan pelengkap.

4. Pasar

Pasar adalah tempat dimana antara penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi jual beli barang dan atau jasa.¹¹ Dalam hal ini adalah Pasar Juwana Baru.

5. Etika

Etika berkaitan dengan perbuatan yang salah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang.¹² Maksud etika dalam penelitian ini adalah etika yang berlaku dalam perdagangan.

⁹ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Erlangga, Jakarta, 2005, hlm. 86.

¹⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 31.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 265.

6. Etika Bisnis Islam yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seperangkat prinsip dan norma yang berbasiskan al-Qur'an dan al-Hadits yang harus dijadikan pedoman oleh semua pedagang dalam aktivitas bisnis.¹³

C. Fokus Penelitian

Berkaitan dengan tema yang penulis angkat yaitu mengenai “Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ditinjau dari Etika Bisnis Islam”, maka fokus penelitian ini adalah menganalisis persaingan bisnis para pedagang dari segi harga, produk dan pelayanan di Pasar Juwana Baru pasca kebakaran. Dimana pelakunya adalah para pedagang pasar yang bersangkutan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi persaingan bisnis yang terjadi antar pedagang di Pasar Juwana Baru pasca kebakaran?
2. Bagaimana persaingan bisnis para pedagang ditinjau dari etika bisnis Islam di Pasar Juwana Baru pasca kebakaran?

E. Tujuan

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi persaingan bisnis yang terjadi antar pedagang di Pasar Juwana Baru pasca kebakaran.
2. Untuk mengetahui persaingan bisnis para pedagang ditinjau dari etika bisnis Islam di Pasar Juwana Baru pasca kebakaran.

¹² Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Op. Cit.*, hlm. 202.

¹³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, UIN Malang, Malang, 2007, hlm. 38.

F. Manfaat

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan ekonomi khususnya ekonomi Islam mengenai persaingan bisnis ditinjau dari etika bisnis Islam.
 - b. Sebagai acuan dan bahan dasar untuk penelitian lebih lanjut dengan tema yang sama, yakni persaingan bisnis dan etika bisnis Islam.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Pedagang
 - Memberi dan menambah wawasan para pedagang tentang ekonomi Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW.
 - Akan terciptanya persaingan usaha yang sehat dengan menerapkan nilai-nilai etika Islam, sehingga diperoleh keberkahan hidup di dunia dan kemenangan di akhirat kelak.
 - b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian khususnya mengenai persaingan bisnis dan pengetahuan pedagang muslim akan etika bisnis islami. Dan dapat dijadikan literatur untuk penelitian selanjutnya.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- BAB I** : Berupa pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II** : Berupa landasan teori yang terdiri persaingan bisnis, etika bisnis Islam, pasar, teori produk, teori harga, teori pelayanan, penelitian terdahulu, kerangka berfikir

- BAB III** : Berupa metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, sumber data, waktu dan lokasi penelitian, subyek dan obyek penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, analisis data.
- BAB IV** : Berupa hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi gambaran umum Pasar Juwana Baru, analisis dan pembahasan.
- BAB V** : Berupa Penutup yang meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran, daftar pustaka.

