

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Adanya pedagang kaki lima bukanlah sesuatu hal yang baru. Melainkan sesuatu yang umum dan telah ada dari dulu serta dianggap sebagai suatu perwujudan adanya perluasan lapangan kerja terutama bagi penduduk yang berada di daerah pedesaan dan menjadikan pemerataan pendapatan dalam mekanisme pasar.¹ Hal ini menjadikannya sebagai salah satu sektor kegiatan informal dimana dalam kegiatan ini banyak dilakukan dan memiliki keragaman yang tinggi.²

Bisnis merupakan sebuah kegiatan yang terus tumbuh dan berkembang secara pesat di era globalisasi baru-baru ini. Hal ini dibuktikan banyaknya barang dan jasa yang sengaja ditawarkan kepada masyarakat secara umum. Sekarang ini, berbisnis dalam perekonomian memiliki peran yang amat penting terutama untuk perubahan dan pembangunan ekonomi itu sendiri, perkembangan ekonomi industri itu sendiri selalu diawali dengan adanya perkembangan dalam berbisnis. Bisnis sendiri sering disebut sebagai suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh individu ataupun berkelompok secara terorganisasi yang diperuntukan untuk penjualan dan menghasilkan barang, dengan tujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Dengan hanya bermodal keahlian yang cukup serta modal kecil saja sudah bisa berbisnis dan menghasilkan pundi-pundi rupiah untuk memenuhi dan mencukupi hidup.³

¹ Bukhari, "Pedagang Kaki Lima (Pkl) Dan Jaringan Sosial: Suatu Analisis Sosiologi," *Jurnal Sosiologi USK* 11, no. 1 (2017): 76, diakses pada tanggal 14 Januari, 2021.

² Syarief Gerald Prasetya Dan Yustiana Wardhani, "Analisis Dampak Ekonomi Pedagang Kaki Lima Di Kota Bogor Dengan Pendekatan Input Output Analysis," *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah* 10, no. 2 (2018): 101, diakses pada tanggal 14 Januari, 2021.

³ Ahmad Hulaimi, dkk., "Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi," *Jebi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2017), 17, diakses pada tanggal 9 Januari, 2021.

Islam mendorong umat manusia untuk berdagang sebagai salah satu jalan untuk mendapatkan rezeki, karena Islam membenarkan adanya produktivitas akad dalam jual-beli atau perdagangan.⁴ Dalam melakukan kegiatan bisnis (berdagang) seseorang harus memiliki norma dan etika yang saat ini berlaku di dalam kehidupan masyarakat serta senantiasa taat dan tidak menentang peraturan-peraturan yang Allah SWT telah tetapkan dengan tidak merugikan orang lain, norma dan etika inilah yang kemudian di gunakan para pedagang untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan tentunya untuk menggapai kehalal dan keberkahan dari Allah SWT atas usaha yang telah dijalankan. Norma dan etika yang dimaksud di sini contohnya menerapkan kejujuran, keadilan, tidak melakukan perberbuatan curang, tidak memiliki niat kejahatan, serta memiliki rasa hormat kepada pembeli dan hormat kepada dirinya sendiri. Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang, Sebagaimana didalam firman Allah SWT dalam Al- Quran surah at-Taubah ayat 119:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوْا اللّٰهَ وَكُوْنُوْا مَعَ
 الصّٰدِقِيْنَ ﴿١١٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar”.⁵

Al-Qur’an memberikan penjelasan bahwasanya kita harus bertaqwa dan selalu beraku jujur serta selalu berada didalam lingkungan orang- orang yang menerapkan

⁴ Darmawati, “Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-Buahan Di Kota Samarinda),” *Fenomena* IV, no. 2 (2012): 127, diakses pada tanggal 14 Januari, 2021.

⁵ Al-Quran, at-Taubah ayat 119, *Al-Quran Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia, Ayat Pojok* (Jakarta: Departemen Agama RI, Menara Kudus, 2006), 206.

kejujuran, baik disaat sendiri maupun saat bersama manusia lain. Dan Allah menginginkan hamba-Nya untuk masuk surga dengan menyeru dan mengambil kunci surga yaitu taqwa, kapanpun dan dimanapun.

Di zaman sekarang ini, umat islam memiliki keresahan dan dilema tersendiri apakah praktik-praktik bisnis yang telah dilakukan sehari-hari sudah benar menurut syariat Islam. Dikarenakan saat ini pedagang banyak yang mengabaikan nilai-nilai atau etika dalam berbisnis Islam dan hanya berlomba-lomba untu mendapatkan keuntungan sebesar besarnya.⁶

Laba atau keuntungan merupakan hal yang dicari oleh setiap pedagang, akan tetapi dalam mendapatkan laba atau keuntungan tersebut haruslah sesuai etika, yaitu berdasarkan atas asas kerelaan sebagaimana yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Sehingga, etika tersebutlah yang akan membentuk para pengusaha atau mereka para pedagang untuk selalu berperilaku jujur, sehingga bisa membersihkan dan mengembangkan usaha yang sedang ia jalankan dalam kurun waktu yang lebih lama. Sebaliknya, Rosulullah SAW melarang segala bentuk usaha yang dilakukan para pedagang menggunakan trik yang kotor (memperoleh untung dengan menggunakan metode yang tidak dibenarkan oleh syariat islam).⁷ Sebagaimana didalam firman Allah SWT dalam Al- Quran surah al-Muthaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ
يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

⁶ Elide Elfi Barus Dan Nuriani, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)," *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 2, no. 2 (2016): 126, diakses pada tanggal 23 januari, 2021.

⁷ Ira Puspitasari, "Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2019): 41, diakses pada tanggal 9 Januari, 2021.

Artinya: *“Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain) mereka mengurangi”*.⁸

Dilihat dari potongan ayat diatas ditegaskan bahwa Allah SWT mengecam orang-orang yang suka mengambil hak orang lain serta memerintahkan kepada manusia untuk memenuhi takaran dan timbangan dengan jujur, adil, benar, serta tidak menguranginya, dan dari ayat tersebut pula Allah mengancam mereka yang berbuat curang dengan azab yang teramat pedih serta dimintai pertanggung jawabannya kelak dihari kebangkitan.

Islam adalah agama yang Rahmatan lil alamin, yaitu agama yang merupakan bentuk perwujudan rahmad dan rasa kasih sayang Allah SWT untuk seluruh alam semesta, sehingga tidak begitu saja membiarkan seseorang bertindak sesuka hati dengan menghalalkan segala upaya untuk mencapai sesuatu sesuai keinginannya, seperti melakukan sumpah palsu, mengurangi timbangan, penipuan, praktik riba dan perbuatan lainnya yang merugikan orang lain. Tetapi Islam memberikan batas-batas tertentu antara suatu hal-hal yang dibolehkan dan hal yang dilarang, juga hal yang bersifat halal dan haram. Batasan seperti inilah yang disebut dengan etika dalam Islam. Suatu hal yang berkaitan dengan perilaku dalam berdagang juga tidak dapat dipisahkan dari nilai moral atau nilai etika bisnis. Oleh karena itu etika Islam sangat penting bagi para pelaku usaha untuk mengaplikasikan nilai moral ke dalam lingkup bisnisnya.⁹

Dalam kegiatan bisnis inilah, pedagang dan pembeli sama-sama memiliki kebutuhan dan kepentingan.

⁸ Al-Quran, al-Muthaffifin ayat 1-3, *Al-Quran Al-Karim Dan Terjemah Bahasa Indonesia Ayat Pojok*, 587.

⁹ Fitri Amalia, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok,” *Prosiding Seminas 1*, no 2 (2012): 2, diakses pada tanggal 9 januari, 2021.

Seorang pedagang harus menjaga serta bertanggung jawab kepada pembeli, agar tidak ada pihak-pihak yang merasa dirugikan. Hal ini sejalan dengan tujuan dari bisnis Islam itu sendiri yaitu untuk mendapatkan profit (keuntungan) yang halal, serta pertanggung jawaban sosial. Setiap muslim diwajibkan untuk berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kekuatan yang ia miliki untuk mendapatkan keberkahan dan kemuliaan dalam meraih rezeki yang halal dan toyyiban, sehingga dapat tercipta kehidupan yang berkeadilan dengan terpenuhinya kebutuhan, kesempatan kerja yang penuh dan meratanya distribusi pendapatan. Dengan demikian masalah yang berkaitan dengan ketidakseimbangan maupun ketidakadilan dalam masyarakat dapat dihindari.¹⁰

Sebaliknya, apabila praktik jual beli tidak dilandasi dengan agama maka tidak menutup kemungkinan para pelaku usaha atau pebisnis melakukan praktik manipulasi, hasil penelitian dari Ira Puspitawati 2019 menyatakan bahwa belum semua pedagang pasar leuwiliang faham mengenai konsep dalam beretika bisnis Islam, meskipun mereka menjalankan bisnis dengan memakai aturan yang di perbolehkan oleh ajaran agama. Namun masih ada kegiatan yang melenceng, sehingga dapat menimbulkan kemungkinan adanya praktik manipulasi harga, dalam hasil wawancaranya masih terdapat 10 responden atau 40% dari 25 responden penelitiannya yang masih belum memahami konsep etika bisnis syariah secara baik dan benar.¹¹ Berbeda dengan hasil diatas, penelitian yang dilakukan oleh Darmawati 2012 mengungkapkan bahwa sebagian besar pedagang buah di Pasar Pagi Samarinda pada umumnya memiliki perilaku yang tidak memenuhi aturan sebagaimana yang diajarkan dalam etika bisnis Islam hal ini dibuktikan masih

¹⁰ Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normative)," *AL-TIJARI Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 01, no. 01 (2015): 33, diakses pada tanggal 9 Januari, 2021.

¹¹ Ira Puspitasari, "Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 49-50.

adanya kecurangan dalam menggunakan timbangan sehingga merugikan banyak konsumen.¹²

Berdasarkan observasi sementara yang dilakukan peneliti pada tanggal 19 Januari 2021 terhadap pedagang kaki lima di desa Kertomulyo Trangkil Pati, sebagian besar mereka sudah menanamkan etika yang ramah, sopan dan menjaga kepercayaan pelanggannya. Akan tetapi masih terdapat pedagang yang menggunakan cara-cara yang kurang pantas dilakukan, dan menyimpang dari ajaran Islam antara lain dengan mengurangi timbangan atau takaran dan menutupi cacat pada dagangannya. Selain itu adanya isu- isu mengenai tindakan kecurangan yang dilakukan pedagang kaki lima seperti yang diungkapkan ibu Sis bahwa ia membeli buah dengan takaran 1 kg akan tetapi saat di timbang di rumah takarannya hanya 8 ons, hal ini tentu saja sangat merugikan pihak pembeli yang melakukan transaksi jual beli dengan para pedagang tersebut.

Pasar Kertomulyo Trangkil Pati merupakan pusat pedagang dan pembeli dari berbagai daerah sekitarnya, harganya yang terjangkau serta beragamnya barang dan bahan pokok yang di jual pedagangnya melahirkan berbagai macam sikap dari para penjual atau para pembeli yang suatu saat dapat menimbulkan adanya ketersinggungan, serta ketidaksesuaian dalam proses transaksi tentang kesepakatan akad jual beli. Bahkan tidak bisa terelakkan bila ada suatu perselisihan dalam tawar menawar antara penjual dengan para pembeli yang sedang mempertahankan pendapatnya yang justru melanggar dan menyalahi aturan dalam prinsip etika bisnis Islam, padahal kenyataannya mayoritas pedagang yang berjualan di desa kertomulyo trangkil tersebut beragama Islam.

Penulis memilih lokasi di Pasar desa Kertomulyo kecamatan Trangkil kabupaten Pati sebagai objek penelitiannya, dikarenakan perilaku para pedagang yang berada di Pasar desa Kertomulyo kecamatan Trangkil

¹² Darmawati, "Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-Buahan Di Kota Samarinda)," *Fenomena* , 137.

kabupaten Pati kurang sesuai dengan yang prinsip etika bisnis yang Islami. Selain hal itu pula sekarang ini sedang terjadi pandemi corona atau covid 19, demi mengurangi tersebarnya virus corona dan dengan tetap mematuhi protocol kesehatan yang ada peneliti memilih melakukan observasi di desa sendiri untuk mengurangi tersebarnya corona virus serta menetralsir kejadian yang tidak di inginkan kedepannya.

Dengan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian di Pasar desa yang berada di Kertomulyo kecamatan Trangkil kabupaten Pati dengan menganbil judul penelitian, “**Analisis Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Kaki Lima Di Pasar Tradisional Desa Kertomulyo Trangkil Pati**”.

B. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah pemahaman pembaca serta supaya terhindar dari adanya kesalahfahaman dalam menafsirkan kebenaran data, untuk memperoleh data yang pas dan sesuai sebagaimana yang diharapkan oleh penulis. Maka diperlukan adanya ruang lingkup dan batasan penulis supaya pembahasan isinya terfokuskan kepada suatu titik temu yang penulis inginkan. Berdasarkan judul yang telah diangkat peneliti, maka penelitian memfokuskan dan membatasi pembahasanya pada:

1. Pemahaman para pedagang kaki lima dipasar Kertomulyo Trangkil Pati mengenai etika bisnis Islam.
2. Penerapan etika berdagang Islam pada pedagang kaki lima dipasar Kertomulyo Trangkil Pati.

C. Rumusan Masalah

Untuk merangkai suatu pembahasan yang telah ada dalam tulisan ini agar sesuai dengan target yang ingin penulis teliti, maka peneliti menarik dan menetapkan fokus penelitian pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman para pedagang kaki lima dipasar Kertomulyo Trangkil Pati mengenai etika bisnis Islam?

2. Bagaimana penerapan etika berdagang Islam pada pedagang kaki lima dipasar Kertomulyo Trangkil Pati?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini didasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, bertujuan untuk memperoleh wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam dunia bisnis. Maka tujuan penulis ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemahaman para pedagang kaki lima di pasar Kertomulyo Trangkil Pati mengenai etika bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui penerapan etika berdagang Islam pedagang kaki lima di Pasar Kertomulyo Trangkil Pati.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap dapat memberikan ilmu yang bermanfaat, baik secara teoritis ataupun secara praktis. Penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini, penulis berharap dapat menumbuhkan ilmu pengetahuan sekaligus bisa dijadikan bahan informasi tambahan dan acuan untuk semua pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih mendalam mengenai analisis pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam pedagang kaki lima di pasar tradisional desa kertomulyo trangkil pati.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat

Penulis berharap supaya para masyarakat bisa mengetahui bagaimana beretika dalam bisnis dalam pandangan Islam serta dapat meningkatkan tingkat kesadaran bagi para pedagang kaki lima mengenai bagaimana etika bisnis yang baik, dan yang buruk, atau etika yang benar, dan yang salah dalam pandangan syariah islam.

b. Bagi Peneliti

Dapat menambah ilmu pengetahuan, ilmu pendidikan, serta menambah pengalaman baru yang berguna untuk membangun diri untuk berubah dan menjadi generasi yang lebih memiliki karakter, sehingga bisa menambah wawasan yang sangat berharga yang kemudian bisa menumbuhkan budi pekerti dan akhlaq yang mulia di dalam masyarakat.

c. Bagi pedagang

Untuk dijadikan motivasi dalam membentuk kepribadian yang berakhlak mulia, berilmu, dan memiliki kreatifitas supaya tidak terjadi suatu hal yang berakibat pada kemudhorotan.

F. Sistematika Penulisan

Sebagai bentuk upaya yang penulis tempuh untuk mendapatkan gambaran secara umum dan runtut untuk mempermudah pemahaman para pembaca, penulis membuat sistematika penulisan yang terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian awal, isi dan penutup.

1. Bagian Awal Pada bagian ini meliputi : halaman judul skripsi, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian skripsi, abstrak, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi.
2. Bagian isi meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi kajian teori yang terdiri dari tiga sub pembahasan: pertama mengenai pemahaman dan penerapan etika bisni dalam pandangan Islam yang terdiri dari: etika berdagang, pengertian etika, prinsip berdagang dalam Islam, pengertian etika bisnis Islam, prinsip etika bisnis Islam. Kedua berisi tentang

pemahaman pedagang kaki lima yang terdiri dari: pengertian pedagang lima serta karakteristik dan ciri-ciri pedagang kaki lima. Ketiga berisi pemahaman mengenai pasar yang terdiri dari: pengertian pasar, macam-macam pasar, distorsi pasar. Bab ini juga berisi tentang penelitian terdahulu serta kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, taktik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisi data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memaparkan mengenai obyek penelitian, hasil uji instrumen penelitian, dan hasil observasi penulis.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan, saran, dan penutup.

3. Bagian akhir
Bagian akhir berisi daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis, dan lampiran-lampiran.