

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Aktivitas jual-beli yaitu aktivitas yang dilaksanakan oleh masyarakat berbagai sarana prasarana agar kebutuhan sehari-hari dapat terpenuhi, dimana tempat yang menyediakan jual-beli ialah pasar sebagai tempat berkumpulnya penjual serta pembeli. pada hal ini, lingkungan pemasaran akan berganti dan tidak jelas memberikan peluang serta risiko kepada masyarakat yang melakukan kegiatan jual beli. Kemudian besarnya persaingan para pelaku bisnis dengan memakai berbagai cara agar memperoleh penghasilan yang besar, jika pedagang melupakan etika untuk melaksanakan bisnis. Misalnya ada beberapa pedagang yang melakukan kesalahan dalam menjual serta banyak kasus yang sering terjadi kekeliruan di pasar tradisional.

Perilaku kesalahan banyak diketahui di pasar tradisional seperti mengurangi porsi penimbangan, pencampuran produk berkualitas dengan produk yang buruk dan lain-lain. Pada situasi ini, sering kali menimbulkan kesalahan sehingga para konsumen itu merasakan tidak nyaman untuk berkunjung ke pasar tradisional. Konsumen maupun pelanggan harus mendapatkan produk dengan kedaan baik serta harga yang seimbang, penjual perlu memberitahukan kepada pembeli bahwa terdapat kekurangan atau kecacatan suatu produk yang dijual. Bahwa suatu informasi ialah menjadi pemikat daya tarik konsumen dengan mengetahui kelebihan pada produk maupun jasa yang dijual serta menjadi faktor agar pembeli bisa menentukan pilihannya pada produk tersebut.<sup>1</sup>

Pada dasarnya, informasi ialah faktor paling utama yang diperlukan oleh setiap pembeli, karena informasi dapat memberikan kejujuran kepada konsumen yang melakukan pembelian. Nilai kejujuran yang diterapkan oleh Rasulullah SAW, karena beliau terkenal dengan pedagang yang jujur. Dalam firman Allah SWT Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara ayat 181-183:

---

<sup>1</sup> Irawan Swastha, Basu, "Manajemen Pemasaran Modern.," Liberty, Yogyakarta. (2014) hlm.145

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢)

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (١٨٣)

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. (Q.S As-Syu'ara ayat 181-183)<sup>2</sup>

Etika bisnis ialah ilmu ekonomi yang mempelajari tentang cara dalam pelaksanaan bisnis, pada saat ini etika bisnis yang sudah banyak dilupakan oleh para pelaku bisnis dan juga sulit sekalipun seseorang dalam memahami persaingan bisnis, dengan bertutur kata yang baik juga sikap sopan santun. Pada era global seperti ini para pelaku bisnis diarahkan untuk melakukan persaingan yang sangat masuk akal sehingga tujuan tersebut dapat terselesaikan dengan baik karena mengandalkan hubungan, serta menjadikan salah satu hal biasa dalam kehidupan bisnis.

Dalam etika bisnis sebagai salah satu aturan yang tidak dapat mengikat pada hukum. Akan tetapi masyarakat dapat mengingat setiap pelaksanaan etika bisnis dalam kehidupan sehari-hari, etika bisnis merupakan aktivitas bagi para pembisnis yang mana dijalankan sesuai batasan dengan mengingat dalam etika bisnis ialah salah satu elemen-elemen yang tidak lepas dari dunia usaha. Pada hakikatnya bisnis usaha adalah salah satu untuk memenuhi segala dalam kebutuhan hidup masyarakat. Bisnis merupakan badan hukum yang tidak mempunyai hubungan dengan masyarakat baik itu pembeli maupun penjual.

Islam mengajarkan kepada seluruh manusia untuk melakukan bisnis sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan di dalam Al-Qur'an serta Sunnah Nabi. Diantar pedoman seperti kode etik dalam berdagang menurut ekonomi syariah yaitu seperti jujur (*sidik*), tanggungjawab (*amanah*), riba, menepati janji, tidak menipu, tidak curang dalam timbangan, tidak adanya hal yang merugikan orang lain dan tidak menimbun barang.

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, "Al-Qur'an dan Terjemahnya," (2014) hlm.374

Dalam berdagang sering terjadi persaingan antara pedagang satu dengan pedagang lainnya karena hanya memikirkan keuntungannya saja baik dalam keuntungan pribadi maupun keuntungan bersama yang akan mengakibatkan terjadinya sedikit kerugian yang akan dialami oleh para pedagang. Dalam faktor yang melandasi persaingan tidak sehat antara pedagang satu dengan pedagang lainnya karena banyak prinsip perbedaan serta tatacara saat melakukan transaksi dalam jual-beli.

Berdasarkan hasil observasi peneliti di pasar Talaga-Majalengka dengan melakukan wawancara langsung ke Bapak Maman pedagang sembako dalam wawancara tersebut ada perbedaan persaingan antara para pedagang satu dengan pedagang lainnya untuk saling bersaing dalam menarik perhatian para pembeli. Dengan berbagai cara yang dilakukan untuk mendapatkan pembeli agar mempunyai keuntungan yang lebih besar. Walaupun sering terjadinya dalam persaingan antara pedagang satu dengan pedagang lainnya, beberapa dari mereka tetap menerapkan prinsip syariah dan etika bisnis islam dalam berdagang, supaya dalam menjaga persaingan agar tidak terjadi kerugian diantara para pedagang. Akan tetapi dengan demikian ada salahsatu pedagang yang hanya ingin memenangkan persaingan tersebut antara pedagang satu dengan pedagang lainnya yang akan mengakibatkan terjadinya sedikit penyimpangan dalam pasar yang dilakukan oleh para pedagang. Contohnya pedagang buah-buahan yang mencampurkan buah yang berkualitas baik dengan buah yang berkualitas kurang baik yang mana akan mengakibatkan buah yang dijual akan menimbulkan ketidakpuasan bagi pembeli.

Dengan adanya pula pemungutan pajak dalam para pedagang yang memiliki ruko lebih besar dengan para pedagang yang tidak memiliki ruko akan tetapi dalam hal dalam pembayaran pajak disama ratakan yang akan mengakibatkan perbandingan pajak yang dipungut dari para pedagang.

Dari hasil observasi ini masih terdapat beberapa penyimpangan yang sering terjadi dilakukan oleh para pedagang di pasar Talaga-Majalengka. Dengan adanya permasalahan diatas yang terjadi olehkarena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang **“ANALISIS PENERAPAN PRINSIP SYARIAH**

## **DALAM TRANSAKSI JUAL-BELI DI PASAR TRADISIONAL TALAGA-MAJALENGKA”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan terkait analisis penerapan prinsip syariah dan etika bisnis islam dalam transaksi jual-beli di pasar tradisional Talaga-Majalengka pada rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan prinsip syariah dan etika bisnis islam dalam transaksi jual-beli di Pasar Tradisional Talaga-Majalengka?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis dalam transaksi jual-beli Di Pasar Tradisional Talaga-Majalengka yang ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis islam?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penelitian di atas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan prinsip syariah dan etika bisnis islam dalam transaksi jual-beli di pasar Tradisional Talaga-Majalengka.
2. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli di pasar Tradisional Talaga-Majalengka yang ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis islam.

### **D. Manfaat Penelitian**

Maafaat ini bagi peneliti mengharapkan dapat memberikan deskripsi yang perkembangannya terkait pada dua wilayah yang berbeda diantaranya :

1. Kegunaan teoritis
  - a. Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam melakukan transaksi jual-beli.
  - b. Bahan informasi bagi peneliti, pengambilan kebijakan dari penelitian Ekonomi Syariah serta dapat mengetahui pengalaman yang lebih luas khususnya bagi peneliti yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dari penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi dan referensi untuk menjadi topik yang berkaitan dengan bersifat melengkapi atau melanjutkan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Dunia Akademik

Sebagai bahan pemikiran dalam literatur Ekonomi Syariah pada suatu lembaga pendidikan bagi Universitas dibidang Ekonomi Syariah salah satunya yaitu dalam etika bisnis islam.

b. Bagi Peneliti

Sebagai pengetahuan yang dapat memberikan informasi bagi semua kalangan dalam upaya meningkatkan ilmu pengetahuan dengan kenyataan yang ada dilapangan serta dapat memberikan ilmu pengetahuan dalam bidang etika bisnis islam.

c. Bagi Pedagang

Dapat menjadi salah satu acuan bagi para pedagang dengan bagaimana cara yang baik untuk mengetahui beretika bisnis dalam perdagangan Islam. Dalam penelitian ini juga dapat mengharapkan pengetahuan yang lebih luas bagi para pedagang di pasar Talaga-Majalengka dalam penerapan prinsip syariah dan etika bisnis islam yang sesuai dengan perspektif Ekonomi Syariah.

### **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian terdahulu bahwa etika bisnis sudah mendorong beberapa peneliti untuk mengadakan penelitian terkait etika bisnis islam pada pedagang di pasar tradisional.

- a. Peneliti Fitri Amalia (2012) *"Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok"* merumuskan kalau seluruh hasil riset menampilkan sebanyak 83% para orang dagang di Bazar Madinah telah mempraktikkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam melaksanakan usahanya. Di dalam aktivitas pembuatan Nyaris segala penjual di Bazar Madinah, ialah sebesar 96% Buat sistem harga, sebanyak 78% penjual di Bazar Madinah telah mempraktikkan sistem harga cocok yang disyariahkan telah melaksanakan cocok syariat Islam dan tidak ditemui persaingan yang tidak sehat antar penjual. Tidak hanya

itu, manajemen secara syariah Islam telah diimplementasikan oleh kurang lebih 80% dari para penjual di bazar madinah.<sup>3</sup>

- b. Penelitian Rifa Anut Nurul Laily (2012) "*Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta*" menyimpulkan kalau penjual kaki lima di Universitas Negeri Yogyakarta serta riset tersebut memakai tata cara kuantitatif. Tujuan buat mengenali etika dalam bisnis berdagang kaki lima kebanyakan dengan baik (83,3%), dalam melaksanakan prinsip kejujuran para penjual kaki lima kebanyakan sangat baik (88,3%), sedangkan para konsumen berdiskusi berkaitan dengan penjual kaki lima yang telah dijalankan kebanyakan lumayan baik (57%), prinsip keadilan para konsumen mengatakan yang telah dijalankan oleh pedagag kaki lima kebanyakan dalam jenis baik ( 85%).<sup>4</sup>
- c. Peneliti Agam Santa Atmaja (2014) yang berjudul "*Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada pedagang muslim di pasar Kaliwungu Kendal)*" memaparkan jika etika bisnis Islam yang diterapkan pada tiap penjual khususnya para penjual di pasar pagi Kaliwungu Kendal, berakibat positif bukan cuma sebatas keuntungan untuk orang dagang saja, bakal tapi berakibat pula pada para konsumen, supplier, serta produsen. Setelah itu, terdapatnya sebagian akibat langsung pelaksanaan etika berdagang dalam perspektif ekonomi Islam di pasar pagi Kaliwungu Kendal secara nyata nampak dari para penjual senantiasa memperoleh keuntungan dengan mempraktikkan etika bisnis dalam usahanya.<sup>5</sup>
- d. Penelitan oleh Umi Mursidah (2017) "*penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual-beli di pasar tradisional*" menyimpulkan bahwa etika bisnis dalam transaksi jual-beli di pasar betung dalam penerapannya

<sup>3</sup> Fitri Amalia, "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok," *Prosiding Seminas Competitive Advantage* 1, no. 2 (2012): 1–33.

<sup>4</sup> Rifa Atun Nurul laily dengan Judul, "*Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta*", Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2012" 3, no. 2 (2015) hlm. 54–67.

<sup>5</sup> Agam Santa Atmaja, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam ( Studi Kasus Pada Muslim Di Pasar Kaliwungu Kendal)", Skripsi IAIN Walisongo Semarang, 2014" (2554) hlm.104–106.



secara umum belum diterapkan dengan baik hal ini dikarenakan hanya beberapa indikator yang sudah diterapkan dengan baik. Dengan tujuan untuk menaikkan harga transaksi dalam jual-beli serta dapat memberikan kualitas yang baik bagi konsumen selain itu para pedagang di pasar betung belum bisa menerapkan sifat kejujuran dalam melakukan transaksi jual-beli.<sup>6</sup>

- e. Penelitian Muthmainnah (2019) "*penerapan etika bisnis islam dalam pada pdagang dalam transaksi jual-beli di pasar Penayong Banda Aceh*" menyimpulkan bahwa penerapan dalam etika bisnis islam secara kualitas layanan para pedagang di pasar Penayong Banda Aceh dalam penerapan masih belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis islam terutama dari segi dalam indikator tanggungjawab dan kebenaran, kebajikan, serta kejujuran dalam hal ini para pedagang masih memikirkan keuntungan nya saja.<sup>7</sup>

**Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Fitri Amalia (2012)	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok	Sama-sama meneliti tentang Etika Bisnis Islam	Bedanya pada penelitian Fitri Amalia membahas implementasi etika bisnis islam pada pedagang	Dari hasil penelitian fitri di bazar madinah depok mayoritas kebanyakan pedagang mempraktikan prinsip-prinsip bisnis islam dalam usahanya dan manajemen dalam cara mengimplementasi kan kurang lebih 80% yang sesuai dengan syariat islam

<sup>6</sup> Umi Mursidah, "*penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual-beli di pasar tradisional*" (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017).

<sup>7</sup> Muthmainnah, "*penerapan etika bisnis islam pada pedagang dalam transaksi jual-beli di pasar tradisional Peunyong Banda Aceh*" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019).

2	Rifa Atun Nurul Laily (2012)	Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima di Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta	Sama-sama meneliti tentang etika bisnis islam	Bedanya penelitian Rifa Atun Nurul Laily membahas tentang etika bisnis islam dalam pedagang kaki lima kawasan Universitas Yogyakarta	Hasil dari penelitian rifa menggunakan metode kuantitatif pada pedagang kaki lima di kawasan universitas yogyakarta bahwa pedagang kaki lima menerapkan prinsip kejujuran sebanyak 83% dan menurut konsumen bahwa pedagang kaki lima menerapkan 85,3% dengan prinsip sangat baik.
3	Agam Santa Atmaja (2014)	Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)	Sama-sama meneliti tentang etika bisnis islam	Penelitian yang dilakukan peneliti membahas analisis penerapan prinsip syariah dalam transaksi jual-beli di pasar tradisional Talaga-Majalengka Sedangkan penelitian agam santa atmaja membahas mengenai Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi	Dari hasil pelitian terdahulu memaparkan bahwa penerapan etika bisnis islam di pasar kaliwungu kendal menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan perspektif islam dari segi penjual para pedagang tidak mengambil keuntungan yang lebih banyak dari harga beli.



				kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)	
4	Umi Mursidah (2017)	Penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli dipasar tradisional	Sama-sama membahas penerapan etika bisnis islam	Perbedaan penelitian Umi Mursidah membahas tentang penerapan etika bisnis islam dengan menggunakan penerapan kepada si penjual dan pembeli sifat kejujuran, tanggungjawab, dalam hal segi penawaran barang di pasar Betung.	Hasil penelitian Umi Mursidah berdasarkan hasil yang diperoleh dari para pedagang dan pembeli dipasar betung dengan menggunakan indikator empat indikator etika bisnis secara umum dan prinsip-prinsip etika bisnis islam yang dijadikan tolak ukur belum terapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggungjawab yang sudah diterapkan di pasar betung.
5	Muthmainnah (2019)	Penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli pada pedagang di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh.	Menkaji tentang penerapan etika bisnis islam.	Perbedaan penelitian Muthmainnah membahas tentang penerapan etika bisnis islam dalam praktiknya para pedagang	Hasil penelitian dari Muthmainnah menunjukkan bahwa penerapan dalam etika bisnis islam secara kualitas layanan para pedagang di pasar Penayong Banda Aceh dalam penerapan masih belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis islam terutama dari segi

					dalam indikator tanggungjawab dan kebenaran, kebajikan, serta kejujuran dalam hal ini para pedagang masih memikirkan keuntungannya saja.
--	--	--	--	--	--

## F. Kerangka Berpikir

### 1. Etika bisnis islam

Etika berasal dari kata Yunani *Ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (ta etha) berarti “adat istiadat” atau “perpanjangan dari adat membangun suatu aturan kuat dimasyarakat, yaitu bagaimana dari setiap tindakan mengikuti aturan-aturan dan aturan-aturan tersebut telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku.

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of good and service.*” Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan individu, adanya peluang internasional, usaha yang meningkatkan standar hidup dan lain sebagainya.

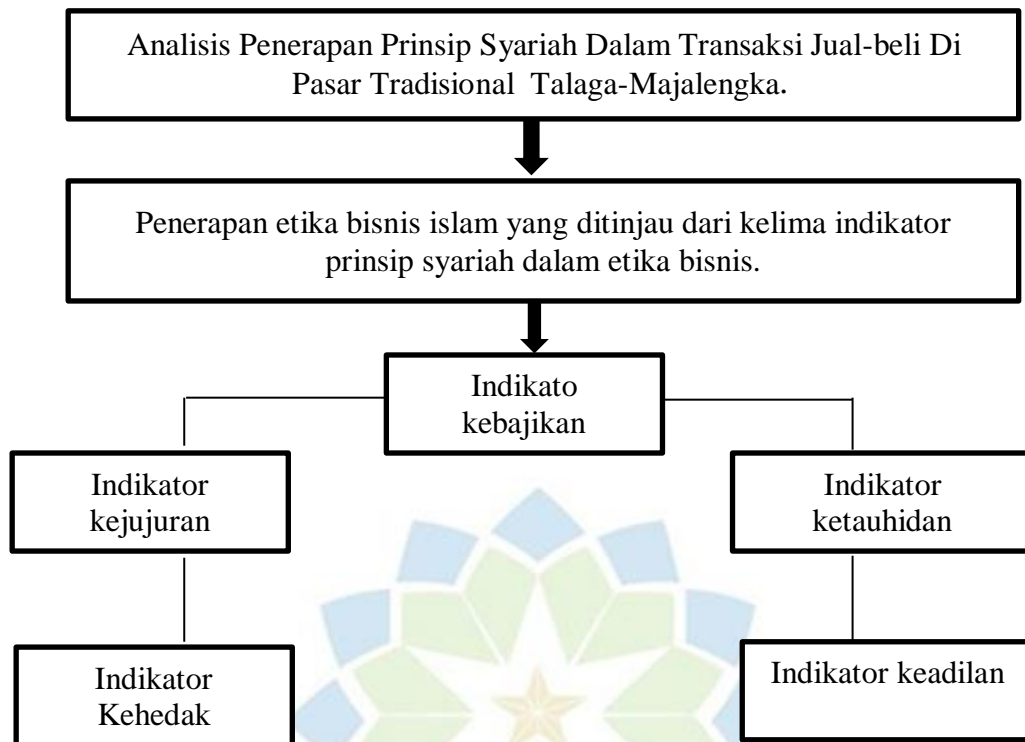
Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun tidak tertulis. Jika aturan bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima, dimana sanksi tersebut dapat berbentuk maupun langsung atau tidak langsung.

Etika bisnis Islam ialah prinsip moral atau nilai-nilai akhlak yang bersumber dari ajaran Islam yang berkaitan dengan aktivitas jual beli barang atau jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.

### 2. Manfaat dari penerapan etika bisnis

- a. Dapat lebih meningkatkan pada kredibilitas suatu bisnis, dalam halnya karena etika berbisnis sudah dijadikan salah satu *corpruture culture*. Dalam hal ini beretika bisnis terutama paling penting dalam pihak

- yang dapat beretika bisnis secara keseluruhan terkait dengan standar etika yang sesuai.
- b. Dapat kawasan etika bisnis dapat membantu menyediakan bagi para pebisnis dan dunia bisnis pada umumnya.
3. Gambaran analisis penerapan prinsip syariah dan etika bisnis islam dalam transaksi jual-beli di pasar tradisional Talaga-Majalengka.
- a. Pasar ialah tempat dimana masyarakat dapat melakukan transaksi jual-beli yang mana didalamnya terdapat penukaran barang atau jasa, uang dengan barang yang demikian juga dapat menukarkan barang dengan barang demikian yang dimaksud dari judul skripsi peneliti kecamatan Talaga Kabupaten Majalengka untuk mengetahui aktivitas para penjual yang melakukan transaksi jual-beli karena atas dasar keperluan dalam kehidupan sehari-hari yang ditinjau dari aspek moral atau nilai akhlak yang terdapat dari ajaran Ekonomi Syariah. Yang dapat menguntungkan serta memberi manfaat antara penjual dan pembeli yang dapat dilakukan di pasar Talaga-Majalengka.
  - b. Persaingan adalah suatu usaha untuk memberikan masing-masing keunggulan yang dapat melakukan perdagangan di bidang usaha, produksi, persenjataan dan lain-lain.  
Pedagang ialah pihak yang melakukan transaksi jual-beli dalam aktivitas penjualan barang yang tidak dapat memproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan dari transaksi jual-beli tersebut.



**Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir**

Gambar di atas menjelaskan tentang indikator aspek pada penerapan etika bisnis dalam prinsip syariah terdapat transaksi jual beli sebagai berikut:

- a. Kejujuran adalah nilai yang paling mendasar dari etika bisnis dan mendukung keberhasilan suatu perusahaan.
- b. Keadilan ialah acuan yang adil sesuai dalam kriteria yang berasal secara objektif yang dapat dipertanggungjawabkan sebagai acuan yang adil dalam transaksi jual-beli.
- c. Kehendak bebas aspek kehendak bebas ialah aspek yang berkaitan dengan bisnis yang terdapat nilai-nilai kebebasan sebagai acuan pokok. Kebebas dapat diartikan sebagai sesuatu yang tidak dapat dilaksanakan selama tidak ada dalil yang mengharamkannya.
- d. Kebenaran dapat di pertanggungjawabkan dalam dua sisi vertikal (kepada Allah) serta dalam sisi horizontalnya yakni kepada pedagang atau pembeli.
- e. Tanggung jawab

Pada bagian prinsip tanggungjawab yang dimaksud disini adalah niat, sikap serta perilaku untuk mencakup dalam metode pengembangan atau

mendapatkan produk upaya dalam memperoleh maupun menentukan keuntungan. pada prinsip ini terbagi dua unsur penting ialah kejujuran serta kebajikan. sikap kebajikan untuk melakukan bisnis diwujudkan dengan keramahan dalam bermuamalah, selain itu kejujuran harus dibentuk oleh sikap dari diri sendiri dalam menjalankan jual-beli.

