

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia dikategorikan menjadi makhluk sosial, sifatnya yang tidak bisa berdiri sendiri dan memerlukan pertolongan orang lain untuk menyambung kehidupannya. Cara mereka bertahan hidup dengan melakukan berbagai aktivitas misalnya, melalui pekerjaan, kegiatan bisnis, atau bentuk lain dari kekayaan di bumi ini. Seiring berjalannya waktu, manusia mulai melangkah ke dunia bisnis untuk mengejar ketertinggalan perubahan ekonomi yang modern. Baik seperti bisnis rumahan, UMKM, atau para pelaku bisnis lapangan, supermarket dan salah satunya pasar tradisional.

Sudah banyak supermarket yang berdiri di tengah kehidupan modern saat ini, tetapi keberadaan pasar tradisional tidak dapat disangkal. Banyak orang masih bertransaksi di pasar untuk pribadi atau untuk didistribusikan kembali melalui penjualan. Pasar tradisional identik dengan harga lebih murah dibandingkan harga supermarket. Hal ini lebih berakibat pada masyarakat khususnya ibu rumah tangga lebih memilih berbelanja di pasar tradisional. Pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang ditandai dengan transaksi secara langsung, dan memiliki proses negosiasi yang didalamnya terdapat kios, warung makan, dan toko.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.¹ Kegiatan jual beli akan dilakukan masyarakat secara terus-menerus sebagai sarana dan prasarana untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini biasa dilakukan di tempat yang disebut dengan pasar.

¹ Siti Minakusnia, *Prilaku Pedagang Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika bisnis Islam, Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo: Ekonomi Islam, 2015.

Islam sangat menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis, namun harus sesuai dengan yang telah ditetapkan baik dalam Al-Quran maupun As-Sunnah. Keduanya akan menjadi pedoman untuk melakukan kegiatan bisnis. Ada beberapa poin etika bisnis yang dianjurkan oleh Islam yakni kejujuran, tanggungjawab, adanya kehendak bebas, tidak melakukan riba, tidak melakukan penipuan, adanya transparansi dalam mendeskripsikan produk, tidak melakukan kecurangan dalam timbangan dan tidak melakukan penimbunan barang.

Dunia bisnis zaman sekarang semakin bertumbuh cepat, sehingga terjadi persaingan ketat antar pelaku bisnis. Hal ini menyebabkan pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk tetap mempertahankan bisnis mereka, dan untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan. Mereka yang mendapatkan keuntungan ternyata masih ada yang mengabaikan etika bisnis yang tepat. Mereka tidak memperhatikan kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual.²

Karena pemahaman yang minim terhadap etika bisnis yang dianjurkan oleh Islam, tidak heran mendorong para pelaku bisnis melakukan kecurangan hanya untuk mencari keuntungan sebanyak banyaknya tanpa melihat dari sudut pandang konsumennya. Para pelaku bisnis saat ini hanya ingin memperoleh keuntungan dengan melakukan segalanya baik yang beretika maupun tidak.

Padahal, konsumen menaruh harapan adanya kenyamanan dan keseimbangan dalam melakukan transaksi di pasar. Dengan kejujuran pelaku bisnis dalam mendeskripsikan produk yang dijual adalah salah satu contoh etika bisnis Islam, dengan begitu konsumen akan memberikan kepercayaan untuk menjadi pelanggan mereka. Pelaku bisnis seharusnya memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumen, agar konsumen tidak merasa dirugikan.

Disamping etika bisnis yang harus tertanam, kesejahteraan akan timbul apabila pelaku bisnis memperkokoh keyakinan dirinya dengan Tuhan. Ketaatan akan agama yang diyakini akan menciptakan perilaku yang baik, dan sadar akan semua hal yang dilarang. Pelaku bisnis akan memahami segala tindakan yang

² Sudarmadi, Dyah Hasto Palupi. *Majalah SWA*, 24/XVII/22 November-2 Desember 2001.

dilakukan dan menjauhi segala bentuk perilaku yang dilarang oleh agamanya.

Religiusitas akan tumbuh dengan melakukan berbagai aktivitas dimensi seperti tindakan spiritual, meningkatkan akidah, memperluas ilmu agama, memperkuat penghayatan keyakinan agama, dan berdasarkan pengalaman mengenai agama yang diyakini. Etika dan religiusitas pedagang harus bereputasi baik, hal tersebut akan menjadi hal baik dalam memulai suatu aktivitas bisnis. menimbulkan kesejahteraan. Lebih bagus, jika mereka bisa menciptakan keseimbangan kondisi produsen dan konsumen. Apabila etika bisnis sudah diterapkan dengan baik, maka pembeli akan memberikan kepercayaan terhadap penjual. Artinya, jumlah konsumen akan meningkat dan keuntungan yang lebih banyak.³

Manusia sebagai wali Allah harus bisa melakukan segala tindakan berdasarkan statusnya. Islam membantu merealisasikan kesejahteraan dalam kehidupan ini. Kesejahteraan akan timbul apabila ada keseimbangan antara perilaku dan jiwa agama yang tertanam pada diri pelaku bisnis. Keuntungan bukan hal yang utama, tetapi kedamaian dan kesejahteraan adalah kunci paling istimewa. Kesejahteraan ialah seseorang dengan kecukupan harta, demi memenuhi segala kebutuhan jiwa dirinya dan keluarga, selalu merasa cukup terhadap apapun yang dimiliki. Adanya keseimbangan materi dan rohani serta spiritualitas menjadi tolak ukur kesejahteraan.⁴

Pasar Mangunkerta merupakan pasar tradisional yang berlokasi di Desa Mangunkerta Cugenang. Lokasinya sangat strategis berada di tengah perkampungan dan juga kantor instansi setempat. Pasar ini berdiri pada tahun 2013 atas usulan Kepala Desa Mangunkerta terdahulu. Namun kondisi pasar ini tidak sebesar pasar lainnya di kota. Terdapat 250 kios di dalamnya, dan hanya terisi 105 kios serta 23 PKL (pedagang kaki lima). Keberadaan pasar ini sangat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli tanpa harus pergi

³ R. Serfianto. D Purnomo, at all, *Sukses Bisnis Ritel Modern*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013) h.14.

⁴ Ahmad Hulaimi, Sahri dkk, *Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi*, JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam), vol 2, No. 1, 2017.

jauh ke kawasan kota.

Dibawah ini merupakan data berbagai pedagang yang berada di pasar Mangunkerta pada tahun 2021:

Tabel 1.1 Data Pedagang Pasar Mangunkerta tahun 2021

Data	Jumlah
Sembako	30
Sayuran	25
Ayam	7
Buah	10
Ikan asin	5
Pakaian	20
Elektronik	4
Perhiasan	4
Barber shop	3
Kuliner	20
Jumlah	128

Sumber: BPS (Badan Pengelola Pasar)

Dilihat dari data diatas, ada berbagai macam pedagang yang berada di pasar tradisional Mangunkerta meskipun tidak begitu banyak jumlahnya. Ada pedagang sembako, pedagang sayuran, pedagang ayam, pedagang buah, pedagang ikan asin, pedagang pakaian, elektronik, perhiasan, barbershop, dan dilengkapi oleh pedagang kuliner atau lapak kaki lima.

Pada penelitian ini, objek penelitian yang diambil adalah semua pedagang yang terdapat di pasar tradisional Desa Mangunkerta. Alasan memilih objek dan tempat penelitian salah satunya adalah peneliti yang sering melakukan transaksi pada pasar tersebut. Hal ini dikarenakan mayoritas para pedagang pasar

tradisional Desa Mangunkerta ini diasumsikan bisa memahami dengan baik apa yang mereka terapkan dalam transaksi jual beli. Etika dan kebiasaan yang diterapkan oleh penjual disana seharusnya tidak melanggar aturan agar mendapat berkah dari Allah swt dan memperoleh simpati masyarakat. Ketika seorang pelaku bisnis pandai beretika, tentu akan menjumpai kesuksesan begitupun sebaliknya.

Dari penelitian yang dilakukan akan diketahui dampak etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap kesejahteraan. Sebab, menurut teori yang dikemukakan oleh Syed Nawab Haidar menggambarkan bahwa aksioma etika bisnis Islam yang harus dipahami sebagai landasan moral dalam bisnis, prinsip-prinsip beragama, tentang etika bisnis diantaranya kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab dan kebaikan.⁵

Penelitian lain memaparkan dilakukan oleh Ya'ti Ikhwana Nasution dengan judul penelitian "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Kesejahteraan Pedagang (Studi kasus pedagang pusat Medan)", diketahui hasilnya bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel etika bisnis Islam terhadap kesejahteraan pedagang. Nilai adjusted R square adalah 0,355 hal ini berarti 35,5% peningkatan kesejahteraan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu variabel kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan kebaikan. Sedangkan 65,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.⁶

Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rofiq Zakariya dengan judul "Analisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Kesejahteraan Dalam Konsep Islam Falah dengan Pola Konsumsi Rumah Tangga Sebagai Variabel Mediasi". Diketahui hasil dari penelitian tersebut bahwa variabel pola konsumsi rumah tangga dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kesejahteraan dalam konsep Islam. Dimana nilai t-statistic nya sebesar $3,363 > 1,96$. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel

⁵ Syed Nawab Haidar Naqvi, *The Dimensions Of An Islamic Model*, Islamic Economic Studies. Vol. 4. No. 2, 1997.

⁶ Ya'ti Ikhwani Nasution, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kesejahteraan Pedagang (Studi Kasus Pedagang Pusat Pasar Medan)*, Tesis (Medan: UIN Sumatera Utara, 2019) h.i.

berpengaruh positif dan signifikan.⁷

Dilihat dari beberapa fenomena yang terjadi serta teori yang digunakan pada penelitian sebelumnya bahwa terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kesejahteraan. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk menggunakan salah satu faktor yaitu etika bisnis Islam dan Religiusitas dengan pembaharuan objek yang diteliti serta lokasi penelitian. Karena untuk mendapatkan kesejahteraan pada para pedagang, tentu harus didasari oleh penerapan etika bisnis Islam yang benar dan penanaman sifat religiusitas yang baik. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Pasar Tradisional Desa Mangunkerta Cugenang Cianjur”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, banyak penyimpangan yang terjadi saat bertransaksi di pasar tradisional karena mengabaikan etika dalam berbisnis. Sehingga akan menimbulkan dampak pada kepuasan konsumen yang berbelanja disana. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh penerapan etika bisnis Islam secara parsial terhadap kesejahteraan para pedagang di pasar tradisional Desa Mangunkerta Cugenang Cianjur?
2. Bagaimana pengaruh penerapan religiusitas secara parsial terhadap kesejahteraan para pedagang di pasar tradisional Desa Mangunkerta Cugenang Cianjur?
3. Bagaimana pengaruh penerapan etika bisnis Islam dan Religiusitas secara simultan terhadap para pedagang di pasar tradisional Desa Mangunkerta Cugenang Cianjur?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini

⁷ Ahmad Rofiq Zakariya, *Analisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Kesejahteraan Dalam Konsep Islam Falah Dengan Pola Konsumsi Rumah Tangga Sebagai Variabel Mediasi*, Tesis (Malang: Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018), h.182.

adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan etika bisnis Islam secara parsial terhadap kesejahteraan para pedagang di pasar tradisional Desa Mangunkerta Cugenang Cianjur.
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan religiusitas secara parsial terhadap kesejahteraan para pedagang di pasar tradisional Desa Mangunkerta Cugenang Cianjur.
3. Untuk mengetahui pengaruh penerapan etika bisnis Islam dan religiusitas secara simultan terhadap kesejahteraan para pedagang di pasar tradisional Desa Mangunkerta Cugenang Cianjur.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka ada beberapa manfaat yang terkandung yaitu:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi peneliti

Mampu menanamkan pemahaman tentang hal-hal yang menjadi topik penelitian meliputi etika bisnis Islam dan religiusitas para pelaku bisnis, meliputi wilayah UMKM atau pun pasar tradisional. Mengetahui bagaimana pengaruh yang ditimbulkan oleh etika bisnis Islam dan religiusitas yang diterapkan sehingga menciptakan kesejahteraan bagi para pelaku bisnis.

b. Bagi almamater

Hasil penelitian ini hendaknya dapat dijadikan sebagai referensi tambahan dalam dunia ilmiah yang tentunya berkaitan dengan etika bisnis Islam. Ruang lingkup yang dikaji adalah etika atau perilaku pelaku bisnis dan sifat religiusitas yang diterapkan pada kegiatan jual beli di Pasar tradisional.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pasar Tradisional

Dapat dijadikan pedoman untuk melaksanakan proses transaksi jual beli dengan mengimplementasikan perilaku etika bisnis yang telah Rasulullah saw contohkan. Serta menumbuhkan sikap kejujuran dan kejelasan dalam memperjualbelikan barang dagangannya, agar konsumen bisa merasakan

kepuasan berbelanja di pasar tradisional tanpa adanya perilaku penyimpangan yang terjadi. Dengan begitu, para pedagang pasar tradisional harus mampu menumbuhkan acuan dan motivasi agar masyarakat bisa merasakan kenyamanan berbelanja di pasar tradisional.

b. Bagi Konsumen

Dapat memberikan pembelajaran untuk para konsumen yang berbelanja di pasar tradisional agar melakukan transaksi jual beli sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Pula mengetahui tingkat pengaruh religiusitas pedagang terhadap kesejahteraan kehidupannya.

