

**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



IAIN PURWOKERTO

Oleh:

DHEKA HESTY ARLINE

NIM. 1617201137

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PASAR CINANGSI GANDRUNGMANGU CILACAP)

Oleh: Dheka Hesty Arline

NIM. 1617201137

Email: dhekahestyline@gmail.com

ABSTRAK

Perilaku pedagang merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan perdagangan atau dalam menjalankan jual beli. Seorang pedagang muslim tidak boleh melakukan tindakan penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yang dapat merusak mekanisme pasar. Perilaku menyimpang ini rawan terjadi di pasar tradisional karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan pedagang. Seorang pedagang muslim hendaknya berdagang dengan cara yang jujur dan adil serta berpegang pada prinsip etika bisnis dalam Islam. Oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur perilaku para pedagang. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana perilaku pedagang pasar tradisional Cinangsi dalam menjalankan aktifitas perdagangan dan menghadapi persaingan antar pelaku bisnis. Tujuan penelitian untuk mengetahui perilaku yang dilakukan pedagang dalam berdagang dan menghadapi persaingan antar sesama bisnis di pasar Cinangsi.

Berdasarkan tujuannya penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah para pedagang pasar tradisional Cinangsi. Sedangkan, untuk objeknya adalah perilaku para pedagang pasar tradisional Cinangsi. Untuk sumber data yang digunakan ada dua yaitu primer dan sekunder. Data yang dikumpulkan merupakan hasil dari wawancara dengan beberapa narasumber di pasar tradisional Cinangsi. Kemudian, untuk teknik analisis data yang digunakan ialah dengan cara reduksi data, penyajian data dan selanjutnya penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, sebagian besar pedagang di pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap ini memegang kelima prinsip etika bisnis diatas. Walaupun masih ada beberapa pedagang yang tidak memegang prinsip tersebut, namun sebagian besar pedagang telah melakukan perdagangan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Meskipun mereka tidak paham akan etika bisnis dalam Islam, tetapi dalam menjalankan kegiatan perdagangan mereka senantiasa sesuai dengan ajaran agama Islam dan tidak melakukan tindakan-tindakan yang dilarang dalam Islam.

Kata Kunci: Perilaku Pedagang, Etika Bisnis Islam

**ANALYSIS OF TRADITIONAL MARKET TRADERS 'BEHAVIOR IN
ISLAMIC BUSINESS ETHICS PERSPECTIVE (CASE STUDY CINANGSI
GANDRUNGMANGU CILACAP MARKET)**

By: Dheka Hesty Arline

NIM. 1617201137

Email: dhekahestyline@gmail.com

ABSTRACT

Trader's behavior is an attitude or action of a person in trading or buying and selling. A muslim trader must not commit deviant actions that are not in accordance with business ethics in Islam which can damage the market mechanism. This deviant behavior is prone to occur in traditional markets due to the low level of education and knowledge of the traders. A muslim trader should trade in an honest and fair and adhere to the principles of business ethich in Islam.therefore, Islamic business ethics plays a very important role in regulating the behavior of traders. As for the formulation of the problem in this study, namely how the behavior of the traditional market traders of Cinangsi in carrying out trading activities and facing competition between business actors. The research objective was to determine the behavior of trading and dealing with competition between fellow businesses in the Cinangsi market.

Based on the objectives of this study, including qualitative descriptive research. The subjects in this study were the traders of the Cinangsi traditional market. Meanwhile, the object is the behavior of the Cinangsi traditional market traders. There are two sources of data used, namely primary and secondary. The data collected is the result of interviews with several informants in the Cinangsi traditional market. Then, for the data analysis technique used is by way of data reduction, data presentation and then drawing conclusions.

The results showed that most of the traders in the Cinangsi Gandrungmangu Cilacap market held the five principles of business ethics above. Although there are still some traders who do not adhere to these principles, most traders have traded in accordance with the principles of Islamic business ethics. Even though they do not understand business ethics in Islam, in carrying out their trading activities they are always in accordance with the teachings of the Islamic religion and do not carry out any actions that are prohibited in Islam.

Keywords: Trader Behavior, Islamic Business Ethics

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan.....	8
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Distorsi Pasar dalam Islam	13
1. Pengertian Pasar	13
2. Mekanisme Pasar Islami	14
3. Aspek-aspek Perilaku pedagang	22
B. Etika Bisnis Islam.....	24
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	24
2. Prinsip Etika Bisnis Islam Syed Heider Naqvi.....	26
C. Kajian Pustaka	29
D. Landasan Teologis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. dan Objek Penelitian.....	42
C. Sumber Data	43
1. Sumber Data Primer	44
2. Data Sekunder.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Observasi	45
2. Wawancara	46
3. Dokumentasi	48
E. Teknik Analisis Data	48
1. Reduksi Data (Data Reduction).....	49
2. Penyajian Data (Data Display)	50
3. Penarikan Kesimpulan (Conclusion/Verification).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Pasar Tradisional Cinangsi	51
1. Kondisi Pasar Tradisional Cinangsi	51
2. Letak Geografis Pasar Tradisional Cinangsi	52
3. Jumlah dan Jenis Pedagang	53
4. Sarana dan Prasarana	54
5. Daftar Pedagang sebagai Informan atau Narasumber	55
B. Perilaku Pedagang Pasar Cinangsi	55
C. Analisis Perspektif Etika Bisnis Islam.....	78
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam agama Islam, segala sesuatu yang ada di dunia ini telah dijelaskan dalam Al-Qur'an, termasuk salah satunya ialah perdagangan/perniagaan. Islam memberikan jalan yang sangat luas bagi manusia dalam mencari penghidupan di dunia ini, bumi yang dipusakakan oleh Allah SWT agar dikelola dengan sebaik-baiknya dan menuai hasilnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam hal perdagangan Allah Swt telah memberikan keterangan dalam sebuah ayat (QS Al Baqarah ayat 275) yang berbunyi "*Wa ahallallahul bai'a wa harramarriba*", yang artinya: dan Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Maka jelaslah bahwa perdagangan, perniagaan atau jual-beli sangat dianjurkan dan merupakan jalan yang diperintahkan oleh Allah Swt

Pada zaman modern seperti sekarang ini, manusia akan melakukan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satunya dengan berbisnis ataupun berdagang. Melalui bisnis dan berdagang (jual beli) setiap orang dapat menciptakan ekonomi mandiri dan turut serta membantu negara untuk mengurangi garis pengangguran di Indonesia. Berdagang merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang dapat dilakukan oleh setiap orang tanpa adanya batasan usia, jenis kelamin dan lain sebagainya.

Sebagian besar orang nampaknya masih lebih suka bekerja kepada orang lain daripada berdagang karena beranggapan bekerja untuk orang lain atau disebuah perusahaan yang mapan dengan kepastian gaji bulanan tentu lebih aman, nyaman, dan resiko rendah daripada berdagang. Padahal, sebetulnya Islam sangat menganjurkan perdagangan, dan Rasul pun memiliki latar belakang seorang pedagang dan merupakan pedagang yang bereputasi internasional dengan mendasarkan bangunan bisnisnya pada nilai-nilai ajaran agama Islam.

Islam merupakan agama tauhid. Agama yang menyatakan bahwa Tuhan yang layak dipertuhankan hanyalah Allah yang satu, yang menjadi awal dan akhir dari segala sesuatu yang ada di dunia ini, dan semua yang hidup dan mati berada dalam genggamannya dan kekuasaan Allah SWT (Asy'ari, 2016: 5). Prinsip tauhid ketuhanan inilah yang menjadi dasar dari ajaran agama Islam.

Dalam Islam kegiatan perdagangan haruslah didasari dengan sikap jujur dan adil. Sikap jujur dan adil ini bisa didapatkan dengan meneladani sikap nabi Muhammad saw dalam melakukan kegiatan perdagangan. Beliau senantiasa berlaku jujur dan adil dalam berdagang. Setidaknya ada empat sifat yang harus diteladani dari Rasulullah saw dalam berdagang yaitu *pertama*, *siddiq* (jujur), Seorang pedagang hendaknya selalu bersikap jujur dan adil, serta tidak menipu pembeli hanya untuk keuntungan pribadi semata. Diriwayatkan dari Umar ra: ketika beliau (Rasulullah) berkeliling pasar dan beliau memukul sebagian pedagang dengan tongkatnya sambil berkata: tidak boleh ada yang berdagang di pasar ini, kecuali mereka yang memahami hukum perdagangan dan berlaku jujur serta adil. Jika tidak maka berarti mereka memakan riba baik ia sadar ataupun tidak.

Kedua, tabligh maksudnya ialah seorang pedagang hendaknya mampu berkomunikasi dengan baik kepada pembeli, dan mampu mendeskripsikan dagangannya secara baik kepada pembeli. *Ketiga*, amanah maksudnya ialah seorang pedagang haruslah dapat dipercaya. Seorang pedagang hendaknya dapat memegang amanah/titipan orang lain, sehingga pembeli akan percaya dan sangat mungkin untuk kembali membeli lagi. *Keempat*, fathonah maksudnya ialah seorang pedagang hendaknya memiliki pengetahuan yang luas, terampil, cekatan dan memiliki visi misi yang cerdas, serta mengetahui ilmu pengetahuan yang luas mengenai barang dan jasa.

Dari penjelasan diatas Rasulullah telah mengajarkan kita tentang etika bisnis dalam Islam. kaum muslim yang bergerak dalam bidang perdagangan seharusnya mengetahui tentang hukum jual beli dan etika perilaku seorang pelaku bisnis dalam Islam.

Selain berperilaku jujur dan adil, kegiatan perdagangan hendaknya dilakukan secara sukarela atau atas dasar suka sama suka tanpa adanya paksaan. Setiap pihak baik penjual dan pembeli masing-masing memiliki hak atas pilihan mereka, karena Islam telah mengatur sistem yang adil dalam hal jual-beli. Seorang pedagang memiliki hak atas dagangan dan transaksi yang dilakukannya dengan pembeli. Setiap pembeli memiliki hak untuk bertanya dan menjelaskan tentang keinginan atau kebutuhannya, dan hak untuk membeli atau tidak. Sebagai seorang pedagang tentunya kita harus memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan pembeli, biarkan pembeli melakukan tawar menawar barang, dan menghormati setiap keputusan yang diambil pembeli. Hal tersebut juga disebutkan disebuah hadis (Fathullah, 40 Hadis Mudah Dihafal Sanad dan Matan, 2014: 38) sebagai berikut:

قَالَ الْإِمَامُ الْبُخَارِيُّ رَجَمَهُ اللَّهُ: حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ يُوسُفَ، أَخْبَرَنَا مَالِكٌ، عَنْ نَافِعٍ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: الْمُتَبَايِعَانِ كُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ عَلَى صَاحِبِهِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا إِلَّا بَيْعَ الْخِيَارِ.

Imam al-Bukhari ra berkata: telah menceritakan kepada kami Abdullah ibn Yusuf yang berkata: telah mengabarkan kepada kami Malik dari Nafi', dari Abdullah ibn Umar ra, bahwa Rasulullah saw bersabda:

“Dua orang yang melakukan jual beli, masing-masing punya hak pilihan atas teman jual belinya selama keduanya belum berpisah, kecuali jual beli yang sudah disepakati pilihannya”.

Hadis diatas diriwayatkan oleh imam Al-Bukhari dengan jalur periwayatan dari hadis diatas ialah imam Al-Bukhari - Abdullah ibn Yusuf – Malik – Nafi' – Abdullah ibn Umar – Rasulullah saw (Fathullah, 40 Hadis Mudah Dihafal Sanad dan Matan, 2014: 29). Kemudian untuk sanadnya yaitu Rasulullah saw – Abdullah ibn Umar – Nafi' – Malik – Abdullah ibn Yusuf – Al-Bukhari.

Hadis diatas mengandung pesan sebagai berikut: *pertama*, Islam telah mengatur sistem yang adil dalam jual beli (Fathullah, 2014: 38). Jual beli dalam Islam ialah jual beli yang dilakukan secara adil dan jujur, tidak menipu pembeli hanya untuk keuntungan pribadi semata. Seperti yang telah dijelaskan

sebelumnya bahwa hendaknya kita mencontoh dari sifat Rasulullah saw dalam hal berdagang.

Kedua, setiap pembeli dan penjual diberi hak yang sama. Maksudnya ialah baik penjual dan pembeli mereka masing-masing memiliki hak untuk menentukan jadi dan tidaknya transaksi dalam waktu dan tempat yang adil. Seorang pedagang memiliki hak akan dagangannya dan kepada siapa ia akan menjualnya atau melakukan transaksi. Kemudian pembeli memiliki hak untuk memberitahukan kebutuhan dan keinginannya, dan hak untuk memutuskan kepada siapa ia memberitahukan kebutuhan dan keinginannya tersebut. Oleh karena itu, mereka hendaknya saling menghormati atas keputusan satu sama lain.

Sebagai manusia yang merupakan makhluk paling sempurna di dunia ini tentu tidak akan lepas dari yang namanya kebutuhan hidup. Kebutuhan merupakan faktor utama dalam hidup manusia, sehingga manusia dituntut untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Salah satu usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya baik sebagai pedagang ataupun pembeli tentu memerlukan tempat yang namanya pasar. Selama ini, pasar telah menyatu dan menjadi tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli saja, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya (Presiden, 2007: 112).

Para ahli ekonomi mendeskripsikan pasar merupakan tempat melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu (Hakim, 2005: 7). Pasar dalam ilmu ekonomi merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Penjual atau yang sering disebut sebagai pedagang merupakan orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang dagangan yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan (Sujatmiko, 2014: 231). Sedangkan pembeli atau konsumen merupakan orang

yang memberitahukan tentang keinginannya, dan melayani kehendaknya dengan jalan menguntungkan kedua belah pihak.

Dalam pandangan Islam, pasar bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli, tetapi juga merupakan pertemuan yang dimana pembeli datang dengan permintaan akan barang yang diinginkan dan dibutuhkan sedangkan penjual ada dengan barang-barang kebutuhan pokok lainnya (Najib, 2016: www.kompasiana.com). Dimana antara penjual dan pembeli akan terjadi tawar menawar terhadap suatu barang yang akan menghasilkan suatu kesepakatan tingkat harga akan barang yang diminta oleh pembeli. Jika diantara kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli sudah menyepakati hasil kesepakatan akan harga barang, maka harga suatu barang tersebut sudah ditetapkan dan disetujui oleh kedua belah pihak yang bersangkutan.

Pasar sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, banyak masyarakat yang bergantung pada adanya pasar. Pasar yang paling mudah dijumpai saat ini salah satunya adalah pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing yang alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena di dalam pasar tradisional terdapat banyak pihak yang terlibat dan memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya. Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia.

Pasar Cinangsi merupakan salah satu pasar tradisional yang masih beroperasi di kecamatan Gandrungmangu, kabupaten Cilacap. Pasar Cinangsi ini terletak di pusat desa Cinangsi yang beralamat di Jalan Karangpucung – Sidareja, Cinangsi Barat RT/RW 03/01, kecamatan Gandrungmangu, kabupaten Cilacap. Pasar ini merupakan salah satu pasar tertua yang ada di kecamatan Gandrungmangu, karena pasar ini sudah ada sejak zaman sebelum

pendudukan Jepang dan masih aktif beroperasi sampai sekarang. Pengelolaannya adalah berada dalam naungan pemerintah desa Cinangsi.

Pasar Cinangsi yang mayoritas pedagangnya muslim (berdasarkan catatan kependudukan menurut kepala desa Cinangsi bapak Danis Husaini Dahlan) adalah menjadi fokus penelitian ini, tentunya tidak bisa menafikan adanya pelaksanaan etika dalam berbisnis secara Islami. Namun juga tidak bisa dipungkiri dengan berbagai watak dari pelaku bisnis, baik penjual maupun pembeli, ataupun persaingan antar pelaku bisnis dapat memicu pula lahirnya ketersinggungan dan ketidaksesuaian dalam mengeksekusi harga barang. Terkadang terjadi perselisihan dan pertengkaran akibat masing-masing pihak mempertahankan pendapat yang notabnya bertolak belakang dengan ketentuan etika bisnis Islam.

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta perselisihan-perselisihan yang mungkin terjadi yang tidak sesuai dengan Syariah (Qardhawi, 1997: 5). Dalam Islam, Etika bisnis juga berfungsi sebagai pengatur terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terdzalimi (Muslich, 2004: 29).

Menurut Syed Nawab Heider Naqvi ada lima prinsip etika bisnis Islam bagi pelaku bisnis salah satunya pedagang ialah, seorang pedagang hendaknya memegang prinsip etika dalam berbisnis yaitu prinsip kesatuan (*ketauhidan*), keseimbangan (*keadilan*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*) dan prinsip kebajikan (*ihsan*) (Naqvi, 2003: 37). Maka dari itu, prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Dalam hal jual beli pasti setiap orang memiliki respon atau perilaku yang berbeda-beda. Menurut Skinner, seorang ahli psikologi merumuskan bahwa, perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan luar (Notoadmodjo, 2007: 114). Dalam perilaku pedagang ada beberapa perilaku yang sering terjadi, antara lain ialah dalam hal Takaran, Pemberian Kualitas Produk, Keramahan, Penepatan janji, Pelayanan, dan Persaingan Sesama Bisnis.

Dari hasil pengamatan yang telah saya lakukan, yang menarik dari perilaku para pedagang di pasar Cinangsi ini adalah, meskipun mereka melakukan kegiatan perdagangan dengan jumlah pesaing sesama bisnis yang banyak, namun mereka memiliki hubungan silaturahmi yang erat satu sama lain. Terlihat dari perlakuan antar pedagang yang saling membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan perdagangan, menghormati pedagang lain dengan saling berperilaku ramah dan tidak menjelekkan pedagang lain. Pasar yang di kelola oleh pemerintah desa di bawah naungan kepala desa Cinangsi (bapak Danis Husaini Dahlan) ini, merupakan salah satu pasar tertua di daerah Gandrungmangu dan masih aktif beroperasi. Pasar yang buka setiap hari Selasa dan Jum'at dari pagi hingga siang hari sekitar pukul 14:00 pada hari selasa dan pukul 11:00 pada hari Jum'at, dengan jumlah pedagang kurang lebih sekitar 305 orang. Beberapa dari mereka berdagang untuk mencari penghasilan agar memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa didasari dengan hukum jual beli dalam Islam. Hal ini terjadi karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan para pedagang pasar Cinangsi. Ada juga yang berdagang untuk melanjutkan usaha keluarga mereka. Meskipun para pedagang di pasar Cinangsi ini tidak paham akan etika bisnis Islam, namun dalam berdagang mereka sesuai dengan ajaran agama Islam.

Dalam dunia perdagangan tentunya kita tidak bisa menafikan adanya perilaku penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis dalam Islam dan menimbulkan adanya distorsi pasar dan menyebabkan ketidakseimbangan pasar. Perilaku penyimpangan ini antara lain ialah, pengoplosan barang kualitas bagus dengan barang kualitas buruk, pengurangan takaran dalam

timbangan, tidak menepati janjinya, menipu pembeli dan mungkin penyimpangan-penyimpangan lainnya. Hal semacam ini rawan terjadi di pasar tradisional karena minimnya tingkat pendidikan dan pengetahuan para pedagang. Hal seperti ini merupakan hal yang dilarang oleh syariat Islam. Karena dalam Islam sangat dianjurkan etika dalam berbisnis.

Melihat permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti secara mendalam kegiatan atau perilaku yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional Cinangsi Gandrungmangu Cilacap berdasarkan persepektif etika bisnis Islam. Maka peneliti mengangkat judul “**Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)**” sebagai bahan penelitian tugas akhir kuliah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimanakah perilaku pedagang pasar tradisional Cinangsi dalam menjalankan aktifitas perdagangan dan menghadapi persaingan antar pelaku bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan

Untuk mengetahui perilaku para pedagang pasar tradisional Cinangsi dalam menjalankan kegiatan perdagangan dalam perspektif etika bisnis Islam.

2. Kegunaan

a. Bagi Penulis

- 1) Menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan tentang ada tidaknya etika bisnis yang dilakukan pedagang.

2) Menambah khasanah keilmuan tentang ekonomi Islam khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pembaca umumnya.

b. Almamater

Sebagai tambahan data dan informasi untuk penelitian selanjutnya khususnya informasi tentang perilaku pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman mengenai penelitian ini, maka penulis akan memaparkan penulisan laporan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini mencakup sub bab; latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah pada penelitian, yaitu tentang masih adanya beberapa perilaku pedagang di pasar tradisional Cinangsi yang tidak sesuai atau menyimpang dari etika bisnis Islam dan menyebabkan adanya distorsi pasar. Hal ini disebabkan karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan para pedagang, meskipun pada kenyataannya sebagian besar pedagang sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu dengan tidak meninggalkan kewajiban beribadah, berlaku jujur dan adil. Selanjutnya pada bab ini juga menjelaskan tentang rumusan masalah yang diambil oleh peneliti yaitu bagaimana perilaku pedagang pasar Cinangsi dalam menjalankan aktifitas perdagangan dan menghadapi persaingan antar pelaku bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui bagaimana perilaku para pedagang di pasar tradisional Cinangsi dan bagaimana mereka menghadapi persaingan antar pelaku bisnis, apakah didasari dengan etika bisnis Islam atau tidak. Selain itu, pada bab ini juga menjelaskan tentang tujuan dan manfaat dari penelitian, serta menjelaskan tentang sistematika pembahasan untuk membantu memudahkan dalam memahami penelitian ini.

BAB II Landasan Teori. Pada bab ini memuat uraian tentang teori-teori dan tinjauan pustaka terdahulu yang relevan atau terkait dengan tema penelitian serta landasan teologis yang berhubungan dengan tema penelitian.

Dalam bab ini memuat teori-teori tentang distorsi pasar dalam Islam, mekanisme pasar Islami dan etika bisnis Islam serta dokumen-dokumen lain yang berhubungan dengan tema penelitian tersebut. Teori-teori tersebut merupakan teori-teori yang menjelaskan tentang bagaimana perilaku yang seharusnya dimiliki/dilakukan oleh seorang pedagang muslim dan bagaimana etika seorang pedagang dalam Islam.

Selain itu, pada bab ini juga menjelaskan tentang kajian/tinjauan pustaka. Yaitu kajian mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan tema penelitian yang peneliti lakukan. Dan terakhir menjelaskan tentang landasan teologis atau yang menjadi dasar tentang bagaimana perilaku pedagang dalam etika bisnis Islam baik dari Al- Qur'an ataupun Hadis.

BAB III Metode Penelitian. Memuat secara rinci mengenai metode penelitian yang digunakan; jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan subjek penelitian, Teknik pengumpulan data serta analisis data yang digunakan.

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan. Yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Yaitu suatu metode penelitian dengan melakukan pengamatan di lapangan secara langsung baik dengan cara observasi ataupun melalui wawancara. Dalam penelitian kualitatif biasanya menggunakan kata atau kalimat-kalimat dan bukan berupa angka.

Dalam bab ini juga menjelaskan tentang jenis penelitian yang peneliti gunakan yaitu berupa studi kasus. Kemudian, menjelaskan tentang lokasi pada penelitian ini diambil yaitu pasar Cinangsi, Gandrungmangu, Cilacap. Selanjutnya, menjelaskan tentang siapa subjek dan apa objek penelitian, subjek dalam penelitian ini yaitu para pedagang pasar Cinangsi dan untuk objek pada penelitian ini ialah perilaku para pedagang pasar Cinangsi. Terakhir pada bab ini menjelaskan tentang bagaimana teknik analisis data yang digunakan, peneliti menggunakan Teknik analisis data menurut Milles

and Huberman yaitu dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini berisi pembahasan atau deskripsi data tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang peneliti lakukan, yang menunjukkan bahwa masih adanya pedagang yang melakukan tindakan yang dapat merusak mekanisme pasar yaitu dengan menipu pembeli demi keuntungan pribadi, tidak memperhatikan kualitas produk yang dijual untuk mendapatkan harga yang lebih murah untuk menarik pembeli. Namun dalam menghadapi persaingan antar pelaku bisnis mereka bersaing dengan cara yang sehat meskipun ada beberapa pelaku bisnis yang melakukan tindakan yang dapat merusak mekanisme pasar dengan menurunkan harga dan merusak tingkat penawaran dan merugikan pihak lainnya.

Kemudian perilaku para pedagang di pasar Cinangsi ini, sebagian besar sudah sesuai dengan etika bisnis Islam baik dalam hal takaran yaitu dengan menakar secara adil dengan tidak menguranginya, dalam hal keramahan dan pelayanan, yaitu dengan cara ramah kepada setiap pembeli dan melayani dengan sepenuh hati, kemudian dalam hal penepatan janji dengan tidak mengingkari apa yang sudah disepakati dengan pembeli dan dalam hal persaingan sesama bisnis yaitu bersaing dengan cara yang sehat dan saling tolong menolong. Namun, masih ada beberapa pedagang yang melakukan tindak penyimpangan dengan mengoplos barang kualitas bagus dengan buruk, menipu pembeli dan lain sebagainya. Selain itu, hasil penelitian menjelaskan bahwa sebagian besar para pedagang di pasar Cinangsi ini memegang lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan (*ketauhidan*), keseimbangan (*keadilan*), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggungjawab (*responsibility*) dan prinsip kebajikan (*ihsan*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perilaku para pedagang di pasar Cinangsi sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.

BAB V Penutup. Pada bab kelima atau penutup ini berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kemudian pada bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang terkait dengan penelitian.

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan. Peneliti mengambil kesimpulan yaitu sebagian besar para pedagang pasar Cinangsi tidak paham akan etika bisnis Islam, hal ini disebabkan karena rendahnya tingkat pendidikan para pedagang. Namun dalam melakukan kegiatan bisnisnya mereka senantiasa sesuai dengan ajaran agama Islam dan memegang lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan/ketauhidan, prinsip keseimbangan/keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggungjawab, dan prinsip kebajikan. Selain itu, perilaku para pedagang di pasar Cinangsi ini dalam menghadapi persaingan antar pelaku bisnis yaitu berdagang dengan cara yang sehat dan saling percaya dan mendukung satu sama lain, meskipun masih ada beberapa pedagang yang melakukan kegiatan yang tidak sesuai dengan etika bisnis dalam Islam dan dapat merusak mekanisme pasar (distorsi pasar) seperti menipu pembeli, mengoplos barang kualitas bagus dengan kualitas buruk, dan menghiraukan kualitas produk demi mendapat harga rendah untuk menarik pembeli.

IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap). Dari beberapa aspek perilaku pedagang, berikut perilaku pedagang di pasar Cinangsi, yaitu:

1. Dalam hal takaran atau timbangan, dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, dari sepuluh informan sebagian besar pedagang di pasar Cinangsi ini selalu menakar/menimbang dagangan sesuai dengan takaran yang sudah ada atau sudah ditetapkan. Mereka mengatakan tidak berani untuk mengurangi takaran dagangan mereka dan menipu pembeli. Ada beberapa pedagang yang lebih memilih untuk menaikkan harga sedikit dari pada mengurangi timbangan/takaran, bahkan ada pedagang yang terkadang memilih melebihkan takarannya untuk pembeli.
2. Untuk kualitas produk, para pedagang di pasar Cinangsi ini memiliki perilaku yang berbeda-beda. Tujuh dari sepuluh informan mengatakan sangat memperhatikan akan kualitas produk/barang yang mereka jual demi kepuasan pembeli. Namun, tiga pedagang lainnya mengatakan bahwa tidak terlalu mementingkan dan memperhatikan kualitas produk/barang yang mereka jual. Hal itu dikarenakan terkadang saat mereka mengambil produk dari produsen ataupun tengkulak memang sudah memiliki kualitas yang kurang bagus, sehingga mereka tetap mengambilnya untuk dijual kembali. Mereka mengatakan bahwa tidak semua pembeli mencari produk dengan kualitas yang paling bagus, beberapa dari mereka lebih memilih produk dengan harga yang murah meskipun kualitasnya kurang baik. Hal tersebutlah yang menyebabkan masih ada beberapa pedagang yang tidak memperhatikan tentang kualitas produk, karena meskipun begitu tetap ada

pembeli yang membeli dagangan mereka walaupun dengan kualitas yang kurang baik tersebut.

3. Keramahan dan Pelayanan, dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti, dari sepuluh informan semuanya mengatakan hal yang sama yaitu selalu berusaha ramah kepada siapapun yang berada di pasar Cinangsi. Hal itu dibuktikan dengan bagaimana para pedagang disana memperlakukan setiap orang yang berada disana baik itu pedagang, pembeli ataupun orang yang lewat, mereka selalu menawarkan dagangannya kepada siapa saja yang melewatinya dan disertai dengan senyuman. Beberapa konsumen pasar Cinangsi juga mengatakan bahwa para pedagang disana sangat ramah sehingga membuat pembeli merasa nyaman. Selain itu, dalam hal pelayanan para pedagang di pasar Cinangsi ini cukup baik, nyaman dan cepat, mereka selalu menghormati satu sama lain, membiarkan pembeli tawar menawar dan mendengarkan apa yang dibutuhkan pembeli dan melakukan perbincangan senyaman mungkin dengan pembeli. Meskipun ada beberapa pembeli yang sudah bertanya namun pada akhirnya tidak jadi membeli. Mereka tetap berusaha melayani dengan sepenuh hati dan tidak terbawa emosi.
4. Penepatan Janji, dalam hal ini pedagang memiliki perilaku yang berbeda-beda. Delapan dari sepuluh informan (pedagang) mengatakan mereka selalu menepati janjinya dan tidak pernah mengkhianati pelanggannya. Namun ada juga dua informan pedagang yang melakukan tindakan penyimpangan dengan mengkhianati pembelinya demi mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Karena memang pada dasarnya setiap manusia memiliki sifat yang berbeda-beda, sehingga hal semacam ini rawan terjadi dalam perdagangan. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa sebagian besar pedagang menepati janjinya kepada pembeli dan beberapa pedagang lainnya pernah melanggar janji.
5. Persaingan Sesama Bisnis, dalam hal persaingan bisnis para pedagang di pasar Cinangsi berdagang dengan cara yang sehat dan saling menghormati satu sama lain serta menjalin silaturahmi yang baik dengan pedagang lain.

Dari hasil penelitian, peneliti mendapatkan hasil bahwa para pedagang di pasar Cinangsi percaya bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah SWT dan tidak akan tertukar. Mereka mengatakan untuk saling percaya dan bersaing secara sehat serta tidak menjelekan sesama pedagang lainnya meskipun mereka memiliki pesaing bisnis yang banyak. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa para pedagang di pasar Cinangsi saling percaya, mendukung dan menghormati satu sama lain, menjalin hubungan silaturahmi yang baik dengan berdagang secara sehat dan tidak menjatuhkan sesama pedagang lainnya.

Selanjutnya dari lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan (*tauhid*), prinsip keseimbangan (*keadilan*), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggungjawab (*responsibility*), dan prinsip kebajikan (*ihsan*), peneliti memperoleh hasil bahwa dari sepuluh informan sebagian besar pedagang di pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap ini memegang kelima prinsip etika bisnis diatas, walaupun masih ada beberapa pedagang yang tidak memegang prinsip tersebut. Meskipun mereka tidak paham akan etika bisnis dalam Islam, tetapi dalam menjalankan kegiatan perdagangan mereka senantiasa sesuai dengan ajaran agama Islam dan tidak melakukan tindakan-tindakan yang dilarang dalam Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pemaparan data dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan untuk memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain dari hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti ialah sebagai berikut:

1. Bagi pedagang di pasar tradisional Cinangsi Gandrungmangu diharapkan dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang di jalankan setiap hari tetap memegang teguh prinsip etika bisnis dalam Islam dan nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam.
2. Pedagang diharapkan selalu jujur atau terbuka dalam menjelaskan produk/dagangan baik kelemahan atau kelebihan barang yang dijual, memperhatikan kualitas produk, menepati janji/kesepakatan yang telah

ditentukan, selalu memberikan pelayanan yang terbaik, dan bersikap ramah kepada calon pembeli atau pembeli dan selalu bertanggungjawab atas apa yang dikatakannya kepada pembeli.

3. Peneliti harap perilaku pedagang dalam menjalankan bisnis atau berdagang selalu berpegang teguh pada prinsip etika bisnis Islam dalam kondisi bisnis apapun. Karena bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapat.
4. Studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan, maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Z. *Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2008).
- Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2006).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).
- Asy'ari, Musa. *Islam: Etika & Konspirasi Bisnis*. (Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam, 2016).
- Bagus. *Kamus Filsafat*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996).
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik*. (Jakarta: Kencana, 2011).
- Damsar. *Sosiologi Ekonomi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2002).
- Devos. *Pengantar Etika*. (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987).
- Djakfar, Mukhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. (Malang: UIN Malang Press, 2007).
- Dusenbery, David B. *Living at Micro Scale*. (Cambridge: Harvard University Press, 2009).
- Fathullah, Ahmad Lutfi. *40 Hadis Mudah Dihafal Sanad dan Matan*. (Jakarta: Al-Mughni Press, 2014).
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. (Jakarta: Kencana, 2013).
- Hakim, Muhammad Aziz. *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*. (Jakarta: PT Krisna Persada, 2005).
- Hasim, Frida. *Hukum Dagang*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).
- Kasmir. *Kewirausahaan*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007).
- Kensil, C. K. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2008).
- Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006).
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2011).
- Mulyana, Dedy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Rosda Karya, 2006).

- Muslich. *Etika Bisnis Islam*. (Jakarta: Ekonosia, 2004).
- Naqvi, Syed Nawab Heider. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003).
- Notoadmodjo, Soekidjo. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2007).
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. (Yogyakarta: LkiS, 2007).
- Presiden, P. *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian dan Toko Modern*. Retrieved from www.bpkp.go.id. 2007.
- Purhantara, W. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. (Jakarta: Gema Insani, 1997).
- Rachmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007).
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1996).
- Sochimim. *Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik*. (Yogyakarta: Cinta Buku, 2017).
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2009).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).
- Sujatmiko, Eko. *Kamus IPS*. (Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2014).
- Suwanto, Sunardi, Sarwiyanto dkk. *Ayo Belajar di Sekolah*. (Yogyakarta: KANISIUS, 2010).
- Yustanto, Muhammad Ismail. *Menggagas Bisnis Islami*. (Jakarta: Gema Insani, 2002).
- Wazin. 2014. Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha (Studi Tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten). *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. 1(1):13.
- Zakiah, Bintang Wirawan. 2014. Pemahaman Nilai-Nilai Syariah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi Pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung). *Journal Sociologie*. 1(4): 331.

Wiharto, S. Mekanisme Pasar Menurut Ekonomi Islam di akses pada tanggal 15 Oktober 2020. <https://slamet-wiharto.blogspot.com/2008/09/mekanisme-pasar-menurut-ekonomi-islam.html>.

<https://id.scribd.com/doc/30594220/contoh-sistematika-pembahasan>. di akses pada tanggal 19 April 2020.

<https://www.kompasiana.com/amp/riyat/apa-itu-etika-bisnis-islam>. di akses pada tanggal 24 April 2020.

<https://www.karinov.co.id/mengenal-pengertian-bisnis-dan-tujuannya>. di akses pada tanggal 2 Juni 2020.

<https://www.definisi-pengertian.com>. di akses pada tanggal 2 Juni 2020.

<https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/mohnajib/mekanisme-pasar-dalam-perspektifislam>. di akses pada tanggal 10 Juni 2020.

<https://alihamdan.id/jenis-penelitian/>. di akses pada tanggal 7 Juli 2020.

<https://www.wordpress.com>. di akses pada tanggal 7 Juli 2020.

<https://shariaeconomics.wordpress.com/2011/02/26/mekanisme-pasar-dalam-perspektif-ekonomi-islam/> di akses pada tanggal 18 Oktober 2020.



IAIN PURWOKERTO