BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Etika bisnis merupakan suatu bidang ilmu ekonomi yang terkadang dilupakan banyak orang, padahal melalui etika bisnis inilah seseorang dapat memahami suatu bisnis persaingan yang sulit sekalipun, bagaimana bersikap manis, menjaga sopan santun, berpakaian yang baik sampai bertutur kata, semua itu ada "*meaning*"nya.[1] Bagaimana era global ini dituntut untuk menciptakan suatu persaingan yang kompetitif sehingga dapat terselesaikannya tujuan dengan baik, kolusi, korupsi, mengandalkan koneksi, kongkalikong menjadi suatu hal yang biasa dalam tatanan kehidupan bisnis, yang mana prinsip menguasai medan dan menghalalkan segala cara untuk memenangkan persaingan menjadi suatu hal yang lumrah, padahal pada etikanya tidak begitu.

Secara sederhana etika bisnis dapat diartikan sebagai suatu aturan main yang tidak mengikat karena bukan hukum. Tetapi harus dapat diingat dalam praktek bisnis sehari-hari etika bisnis dapat menjadi batasan bagi aktivitas bisnis yang dijalankan. Etika bisnis sangat penting mengingat dunia usuha tidak lepas dari elemen-elemen lainnya. Keberadaan usaha pada hakikatnya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis tidak hanya

[1] Irham Fahmi, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta,2014), 3.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

mempunyai hubungan dengan orang-orang maupun badan hukum sebagai pemasok, pembeli, penyalur, pemakai dan lain-lain.[2]

Etika dan integritas merupakan suatu keinginan yang murni dalam membantu orang lain. Terjadinya etika bisnis yang tidak sehat dalam dunia bisnis tampaknya tidak menampakkan kecenderungan tetapi sebaliknya, makin hari semakin meningkat. Kejujuran yang ekstrim, kemampuan untuk menganalisis batas-batas kompetisi seseorang, kemampuan untuk mengakui kesalahan dan belajar dari kegagalan.[3] Kompetisi inilah yang harus memanas belakangan ini. Kata itu mengisyaratkan sebuah konsep bahwa mereka yang berhasil adalah yang mahir menghancurkan musuh-musuhnya. Banyak yang mengatakan kompetisi lambang ketamakan. Padahal, perdagangan dunia yang lebih bebas di masa mendatang justru mempromosikan kompetisi yang juga lebih bebas.

Dari sudut pandang etika, keuntungan bukanlah hal yang buruk akan tetapi secara moral keuntungan merupakan hal yang baik dan diterima. Karena pertama, secara moral keuntungan memungkinkan perusahaan bertahan *(survive)* dalam kegiatan bisnisnya. Kedua, tanpa memperoleh keuntungan tidak ada pemilik modal yang bersedia menanamkan modalnya, dan karena itu berarti tidak akan terjadi aktivitas ekonomi yang produktif dalam memacu pertumbuhsn ekonomi. Ketiga, keuntungan tidak hanya memungkinkan perusahaan *survive* melainkan dapat menghidupi karyawannya kearah tinggat

---

[2] http.etika-bisnis-dalamislam (03 Desember 2015),18.06.

[3] Jusmani, Masyhuri, Mochammad Nadji, Toerdin S. Usman, Diah Setiari Suhado,Tutik Ernawati Sairi Erfani, Muhammad sukarni dan Yani Mulya Ningsih, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 25.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

hidup lebih baik. Keuntungan dapat dipergunakan sebagai pengembangan *(expansi)* perusahaan sehingga hal itu akan membuka lapangan kerja baru.[4] Dalam mitos bisnis amoral di atas sering dibayangkan bisnis sebagai sebuah medan pertempuran. Terjun kedunia bisnis berarti siap untuk bertempur habis-habisan dengan sasaran akhir yakni meraih keuntungan, bahkan keuntungan sebesar-besarnya secara konstan. Ini lebih berlaku lagi dalam bisnis global yang mengandalkan persaingan ketat.

Dalam ajaran Islam, kegiatan bisnis sangat dianjurkan, tetapi harus sesuai dengan apa yang telah ditetapkan baik itu oleh al-Qur'an maupun sunnah Nabi. Keduanya mejadi pedoman bagi kaum muslim dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Di antara pedoman tersebut terdapat pula beberapa kode etik dalam perdagangan menurut Islam di antaranya adalah *sidiq* (jujur), amanah (tanggung jawab), tidak melakukan riba, menepati janji, tidak melakukan penipuan, tidak *tathfif* (curang dalam timbangan), tidak menjelek-jelekkan pedagang lain, tidak menimbun barang dan hal lain yang dapat merugikan orang lain.[5]

Persaingan yang tidak sehat sering terjadi pada pedagang-pedagang yang hanya memikirkan keuntungan pribadinya saja ataupun untuk keuntungan bersama yang berakibat pada kerugian yang dialami oleh pedagang lainnya. Banyak faktor yang melandasi terjadinya persaingan tidak sehat antar pedagang, di antaranya perbedaan prinsip dan cara mereka menawarkan apa yang mereka jual. Dalam kasus ini, peneliti ingin meneliti lebih dalam lagi

[4] Nur Rianto Al Arif dan Dr. Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi* (Jakarta:Kencana Prenadamedia Group,2010), 200.
[5] Abdul Rokhim, *Ekonomi Islam Presepektif Muhammad SAW* (Jember:STAIN Press,2013), 110.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

tentang persaingan antar pedagang klontongan di pasar Benculuk, yang merupakan salah satu pasar daerah di wilayah Banyuwangi. Pasar Benculuk ini adalah pasar dengan pendapatan paling minim diantara pasar daerah lainnya di wilayah Banyuwangi. Para pedagang klontongan di sana saling bersaing dengan alasan mereka hanya ingin mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari pada keuntungan yang didapatkan oleh para pesaingnya. Pedagang-pedagang di pasar Benculuk mempunyai cara-cara tersendiri untuk melakukan persaingan, dengan berbagai faktor yang melandasinya baik internal maupun eksternal. Faktor-faktor tersebut menjadikan perbedaan perilaku dan persaingan diantara para pedagang yang ada di sana. Mereka saling bersaing untuk menarik perhatian pembeli.

Berbagai cara dilakukan untuk mendapatkan pelanggan dan mendapat keuntungan yang lebih besar lagi. Walaupun terjadi persaingan antar pedagang, beberapa dari mereka tetap menerapkan kode etik dalam bedagang, serta tetap menjaga agar persaingan yang terjadi tidak merugikan orang lain. Tetapi ada pula beberapa pedagang yang ingin selalu memenangkan persaingan antar pedagang klontongan di pasar Benculuk ini, yang mengakibatkan terjadinya beberapa penyimpangan yang dilakukan oleh pedagang pasar misalnya yaitu, mencampurkan barang berkualitas baik dengan barang berkualitas biasa yang mengakibatkan kualitas barang yang dijual kurang baik, dengan adanya pemugutan pajak yang lebih besar untuk pedagang yang memiliki ruko/stand tetap dibandingkan dengan pajak yang dipungut dari pedagang lain, dan masih banyak penyimpangan lainnya yang

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

terjadi dalam persaingan pedagang klontong di pasar Benculuk. Dengan adanya persoalan di atas inilah yang kemudian penulis tertarik ingin melakukan penelitian lebih dalam lagi tentang "**ANALISIS PERSAINGAN PEDAGANG KLONTONGAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pedagang Klontongan Pasar Benculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi)**".

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk persaingan dan upaya memenangkan persaingan antar pedagang klontongan di pasar Benculuk dalam Etika Bisnis Islam?
2. Bagaimana pandangan Etika Bisnis Islam terhadap persaingan pedagang klontongan di pasar Benculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian adalah suatu faktor penting dalam suatu penelitian, sebab tujuan ini akan memberikan gambaran tentang arah penelitian yang akan dilakukan.[6] Sebagai konsekuensi dari permasalahan, maka tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

a. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana bentuk persaingan dan upaya memenangkan persaingan antar pedagang klontongan di pasar Benculuk dalam Etika Bisnis Islam.

[6] Lexi J. Meleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Karya, 2002), 62.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

b. Untuk mendeskripsikan bagaimana pandangan Etika Bisnis Islam terhadap persaingan pedagang klontongan di pasar Benculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.Kegunaan penelitian harus realistis.[7]

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan dan wawasan kepada pihak yang membutuhkan dalam mengangkat permasalahan yang sama, serta menambah khazanah keilmuan dalam aspek ekonomi syariah, khususnya yang berkenaan dengan analisis etika bisnis dalam persaingan pedagang klontong.

2. Manfaat Praktis

   a. Manfaat Bagi Peneliti

      1) Penelitian ini digunakan sebagai kelengkapan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I).

      2) Menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman tentang penelitian untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.

[7] Tim Penyusun, *Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember, 2015), 52.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

b. Manfaat Bagi IAIN Jember

1) Menambah literatur kepustakaan IAIN Jember, khususnya Fakultas Syari'ah.

2) Diharapkan dapat memberikan konstribusi dalam menambah wawasan pengetahuan khususnya dibidang muamalah di IAIN Jember.

c. Manfaat Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini dijadikan sebagai informasi atau suatu pertimbangan bagi masyarakat yang melakukan pesaingan antar pedagang khususnya, persaingan pedagang klontong di pasar Benculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi agar dapat bersaing secara sehat atau menurut syari'at Islam yang berlaku.

E. Definisi Istilah

Agar pembahasan dalam skripsi ini dapat terarah dan fokus terhadap permasalahan yang akan dibahas, sekaligus untuk menghindari persepsi lain mengenai istilah-istilah yang ada, maka diperlukan adanya penjelasan mengenai definisi istilah. Hal ini agar tidak terjadi kesamaan penafsiran dan terhindari dari kesalah pahaman pada pokok permasalahan ini.

a. Persaingan Pedagang Klontong

Persaingan adalah usaha memperlihatkan keunggulan masing-masing yang dilakukan oleh perseorangan (perusahaan, negara) pada bidang perdagangan, produksi, persenjataan, dan sebagainya.[8]

[8] http://kamus.cektkp.com/persaingan (1 Desember 2015), 18.23.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.[9]

Klontong adalah barang-barang untuk keperluan sehari-hari seperti sabun, sikat gigi, gelas, cangkir, mangkuk.[10]Toko kelontong atau Mini Market adalah suatu toko kecil yang umumnya mudah diakses umum atau bersifat lokal. Toko semacam ini umumnya berlokasi di jalan yang ramai, stasiun pengisian bahan bakar (SPBU), atau stasiun kereta api. Toko kelontong sering ditemukan di lokasi perumahan padat di perkotaan. Kebanyakan toko kelontong masih bersifat tradisional dan konvensional, dimana pembeli tidak bisa mengambil barangnya sendiri, karena rak toko yang belum modern dan menjadi pembatas antara penjual dan pembeli.[11]

b. Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti "adat istiadat" atau "kebiasaan."Perpanjangan dari adat membangun suatu aturan kuat di masyarakat, yaitu bagaimana setiap tindak dan tanduk mengikuti aturan-aturan, dan aturan-aturan tersebut ternyata telah membentuk moral masyarakat dalam menghargai adat istiadat yang berlaku.[12]

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis

[9] Ananda Santoso, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Pustaka dua Surabaya, 2003), 101.
[10] http://kbbi.web.id/kelontong (1 Desember 2015) 18.49.
[11] https://id.wikipedia.org/wiki/Toko_kelontong (1 Desember 2015) 18.51.
[12] Irham Fahmi, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta,2014), 2.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

memiliki makna sebagai *"the buying and selling of goods and service."*Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya.[13]

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 aturan tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima, dimana sanksi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung.[14]

Etika Bisnis Islam ialah prinsip moral atau nilai-nilai akhlak yang bersumber dari ajaran Islam yang berkaitan dengan aktifitas jual beli barang atau jasa yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.[15]

c. Pasar

Pasar adalah tempat orang berjual beli yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa.[16]

Dengan demikian yang dimaksud judul skripsi "ANALISIS PERSAINGAN PEDAGANG KLONTONGAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pedagang Klontongan Pasar Benculuk

[13] Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: KENCANA Prenadamedia Group,2013), 3.
[14] Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, 3.
[15] Abdil Aziz, *Etika Bisnis Presepektif Islam, Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha* (Bandung: Alfabeta, 2013), 35.
[16] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, 833.

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi)" ini adalah menjabarkan mengenai kegiatan berlomba untuk memperlihatkan keunggulan masing-masing orang yang melakukan jual beli barang keperluan sehari-hari ditinjau dari prinsip moral atau nilai-nilai akhlak yang bersumber dari ajaran Islam yang saling menguntungkan atau memberi manfaat di Pasar Benculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi dimulai dari pendahuluan hingga penutup. Skripsi ini membahas pokok bahasan yang terdiri dari lima bab sebagaimana tersusun sebagai berikut:

Bab I berisi tentang pendahuluan. Pada bab ini memberikan gambaran singkat mengenai keseluruhan pembahasan untuk dituangkan pada bab-bab selanjutnya. Bab ini terdiri dari latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II mendeskripsikan tentang penelitian terdahulu dan kajian teori yang digunakan untuk menganalisa masalah yang sedang diteliti, dalam hal ini tentang "ANALISIS PERSAINGAN PEDAGANG KLONTONGAN DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Pedagang Klontongan Pasar Benculuk Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi)".

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id

Bab III berisi mengenai metode penelitian, yang mana membahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, serta tahap-tahap penelitian.

Bab IV menjelaskan mengenai gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis data serta pembahasan temuan. Bagian ini adalah pemaparan data yang diperoleh di lapangan dan juga untuk menarik kesimpulan dalam rangka menjawab masalah yang telah dirumuskan.

Bab V akan mendeskripsikan mengenai kesimpulan dan saran-saran, kesimpulan ini berisi tentang hasil jawaban dari fokus penelitian sedangkan saran-saran merupakan tindak lanjut dari hasil temuan.

IAIN JEMBER

digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id | digilib.iain-jember.ac.id