

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial, yang mana bisa dipastikan akan bergantung antara manusia satu dengan manusia lainnya dalam kebutuhan hidup setiap harinya. Manusia membutuhkan sebuah tempat agar bisa saling memenuhi kebutuhan hidupnya yang mana itu adalah sebuah pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya seorang penjual dan pembeli dalam memenuhi suatu transaksi barang atau jasa. Sebuah pasar ini dijadikan sebagai mekanisme pertukaran barang ataupun jasa yang telah berlangsung sejak awal dalam peradaban manusia.¹

Dalam pengertian ekonomi, pasar merupakan situasi tempat yang didalamnya terdapat seorang pembeli dan penjual melakukan sebuah transaksi sampai dua orang tersebut sepakat dalam tawar menawar dengan jumlah harga terhadap barang dan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Seorang penjual akan memperoleh keuntungan dalam transaksi tersebut, sedangkan seorang pembeli akan mendapatkan barang yang dia butuhkan dalam memenuhi kebutuhannya.²

¹ Siti Nur Azizaturrohmah, "Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo", *Jurnal Jesit*, Vol 1, No. 4, April 2014, 23.

² Akhmad, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja grafindo Persada, 2007), 143.

Tabel 1 Data Jumlah Pasar dan Pedagang

Kecamatan/<u>Subdistrict</u>	Pasar/<u>Market</u>	Pedagang/<u>Merchant</u>
Sukorame	1	572
Bluluk	2	309
Ngimbang	2	1017
Sambeng	2	933
Mantup	4	1722
Kembangbahu	2	1265
Sugio	2	1425
Kedungpring	4	1530
Modo	3	1111
Babat	7	4193
Pucuk	3	945
Sukodadi	2	1656
Lamongan	6	3723
Tikung	2	557
Sarirejo	1	529
Deket	1	740
Glagah	3	1181
Karangbinangun	2	988
Turi	3	810
Kalitengah	2	1083
Karanggeneng	8	1135
Sekaran	9	1914
Maduran	3	876
Laren	7	1301
Solokuro	9	1431
Paciran	11	2766
Brondong	9	1091
Jumlah/Total	110	36803

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Lamongan 2022

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Lamongan, jumlah pasar yang ada di Kabupaten Lamongan adalah berjumlah 110. Persebaran pasar yang jumlahnya melebihi 5 pasar terdapat pada 8 kecamatan, yaitu Kecamatan Lamongan dengan 6 pasar, Kecamatan Laren dengan 7 pasar, Kecamatan Babat dengan 7 pasar, Kecamatan karanggeneng dengan 8 pasar, Kecamatan Sekaran dengan 9 pasar, Kecamatan Brondong dengan 9 pasar, Kecamatan Solokuro dengan 9 pasar dan Paciran dengan 11 pasar. Dari 9 Kecamatan yang ada di Kabupaten Lamongan ini yang memiliki pedagang paling banyak adalah pada Kecamatan Babat dengan 4193 pedagang.³ Sementara pada Pasar Induk Babat :

Jumlah Kios/Los :

- Kios : 947 Unit
- Los : 946 Unit

Jumlah Pedagang

Jumlah Pedagang yang ada di Pasar Induk Babat sebanyak 598 pedagang yang terdiri dari :

- Pedagang yang menempati kios : 570 Pedagang
- Pedagang yang menempati los : 28 Pedagang

Jenis barang yang di perdagangkan :

- Kelontong/perancangan
- Sembako

³ <https://lamongankab.bps.go.id/statictable/2016/11/12/637/jumlah-pasar-toko-dan-pedagang-di-kabupaten-lamongan-2015.html> diakses pada tanggal 6 juni 2023 pada jam 22:00

- Makanan/minuman
- Perlengkapan rumah
- Ikan
- Daging
- Buah-buahan⁴

Di dalam pasar pastinya ada yang namanya persaingan, apalagi pada pasar tradisional. Aktivitas persaingan, akan menuntut seorang pelaku usaha dalam meningkatkan sebuah barang yang digunakan dalam berjual beli dan harus melakukan sebuah pembaharuan. Supaya nantinya akan membuahkan hasil barang atau jasa yang lebih *efisien*. Dengan adanya sebuah persaingan dari para penjual, seorang pembeli ini akan diberikan sebuah pilihan dalam membeli suatu barang atau jasa dengan harga yang minimal dengan kualitas yang maksimal. Namun jika terdapat monopoli yang mulai membesar, maka pelaku usaha sangat diuntungkan karena tidak ada pesaing yang menyaingi.⁵

Pada era globalisasi sekarang ini ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan perdagangan yang semakin besar. Dengan persaingan yang kuat para pedagang menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan bahkan para pedagang seringkali tidak menyadari etika dalam berdagang. Perilaku menyimpang ini ditemukan di pasar tradisional antara lain mengurangi takaran, mencampurkan barang

⁴ <https://siskaperbapo.jatimprov.go.id/profilpasar/detail/104/profil> diakses pada tanggal 10 mei 2023 pukul 00.40 WIB

⁵ Rhido Jusmadi, *Konsep Hukum Persaingan Usaha: Sejarah, Kaidah Perdagangan Bebas & Pengaturan Merger-Akuisisi*, (Malang: Setara Press, 2014), 34

yang bermutu baik dengan yang jelek, dan menjual barang yang tidak murni.⁶ Maka dari itu seorang pedagang harus berperilaku yang baik yaitu memiliki sebuah etika agar nantinya dapat membuat pembeli menjadi nyaman dan selalu melakukan interaksi secara baik kepada pedagang tersebut.

Etika merupakan sebuah prinsip moral yang bisa memilah antara perkara yang baik dan perkara yang tidak baik. Etika adalah sebuah perlakuan dengan mengikuti norma yang berlaku secara baik, karena etika mempunyai peran dalam apa yang akan dilakukan oleh seseorang. Etika juga memiliki pengaruh yang sangat kuat bagi seorang pebisnis salah satunya dalam kepribadian, perilaku dan tindakannya, oleh karena itu dalam melakukan bisnis haruslah mempunyai etika bisnis yang baik. Etika bisnis merupakan seperangkat prinsip dan juga norma yang mana seorang pelaku bisnis ini harus melakukannya dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi dalam mencapai sebuah tujuan bisnis dengan selamat.⁷

Dalam Islam juga ada yang menerangkan mengenai etika dalam berbisnis. Etika berbisnis dalam Islam adalah sebuah sifat (*Akhlaq*) yang digunakan untuk melakukan transaksi bisnis yang sesuai dengan syariat agama islam, agar nantinya dalam pelaksanaannya tidak ada kecemasan karena sudah tentu itu dijadikan sebagai sesuatu yang benar dan juga baik.⁸ Implementasi etika bisnis Islam dalam perdagangan itu sangat penting, itu dikarenakan dalam menjalankan sebuah bisnis perdagangan tentunya

⁶ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasa Tradisional Singaparna", (Skripsi: Universitas tasikmalaya, 2010), 2.

⁷ H Fakhry Zamzam, Haviz Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 2.

⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 35.

membutuhkan seseorang yang jujur, tidak curang, adil, tidak berkhianat dan bisa menghindari sifat-sifat yang tercela. Sehingga dalam hal ini yakni antara penjual dan pembeli saling membutuhkan, karena eksistensi suatu bisnis dapat saling menguntungkan.⁹

Menurut Muhammad Djakfar, ada beberapa prinsip etika bisnis dalam Islam, yaitu pertama jujur dalam takaran (*quantity*), kedua menjual barang yang baik mutunya (*quality*), ketiga dilarang menggunakan kata sumpah (*al-qasm*), keempat bermurah hati (*tasamuh*), kelima membangun hubungan baik antar kolega (*interrelationship*), keenam tertib administrasi dan ketujuh tetapkan harga secara transparan.¹⁰ Dengan mengimplementasikan etika berbisnis dalam Islam, nantinya aktivitas perdagangan yang telah dilakukan oleh pedagang akan terhindar dari penyimpangan-penyimpangan yang dapat merugikan pihak lain.

Sebuah pasar tradisional yang menarik untuk dibicarakan adalah Pasar Induk Babat. Pasar Induk Babat merupakan pasar terbesar di Lamongan dan menjadi pusat para tengkulak menjajakan produknya. Pasar Induk Babat terletak di Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan dan mayoritas para pedagang beragama Islam. Terdapat berbagai jenis pedagang seperti halnya pedagang buah-buahan, pedagang mainan, pedagang baju, pedagang sembako, pedagang kitab dan lain-lain. Dengan banyaknya macam-macam pedagang yang berjualan di Pasar Induk Babat sangatlah jelas para pedagang pasti memiliki tujuan untuk mencari keuntungan atau laba.

⁹ Hasan Aedi, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2011), 7.

¹⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Islam Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012).

Pasar Induk Babat merupakan pasar yang letaknya sangat strategis yaitu di persimpangan jalur antara Surabaya-Bojonegoro dan Jombang-Tuban yang pastinya banyak pengunjung di pasar tradisional ini baik itu dari dalam maupun luar daerah. Hal ini cukup beresiko karena seorang penjual melakukan kecurangan untuk bisa meningkatkan jumlah pembeli dan keuntungan. Seperti ada penjual buah yang mencampur buah yang bagus dengan buah yang busuk atau belum matang, penjual yang memberi harga lebih murah kepada orang yang dikenal juga memberi harga mahal pada orang lain dan ada penjual yang mengurangi timbangan. Banyak juga penjual yang kurang ramah atau memasang wajah cemberut ketika melakukan proses jual beli. Hal ini bertolak belakang dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Kecurangan yang dilakukan oleh pedagang dengan tidak melaksanakan prinsip etika bisnis Islam akan berdampak negatif pada pedagang yang lain. Seperti pedagang yang ingin meraup keuntungan yang lebih banyak dengan melakukan premanisme dalam harga dan para pembeli berpikir bahwasannya rata-rata banyak pedagang yang ada di Pasar Babat yang melakukan kecurangan dalam jual beli. Tidak hanya pedagang lain yang dirugikan, tetapi juga pembeli itu sendiri.

Untuk itu pentingnya dilakukan penelitian ini, karena nantinya akan menjadi gambaran dan penjelasan kepada masyarakat dan pedagang pasar mengenai bagaimana perilaku dan sikap yang seharusnya dianjurkan dalam prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Agar nantinya dapat melayani pembeli dengan baik, meningkatkan kepuasan dari pembeli dan tidak ada

kesalahpahaman antara penjual dan pembeli. Dengan adanya permasalahan diatas, penulis tertarik mengkaji lebih dalam dengan melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Perilaku Pedagang Pasar Induk Babat Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Ditinjau Dari Prinsip Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pedagang Pasar Induk Babat)**”.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah yang ada di penelitian ini berfokus pada perilaku pedagang di Pasar Induk Babat yang ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam. Hal ini difokuskan agar ruang lingkup dalam pembahasan tersebut tidak meluas kemana-mana.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwasannya masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perilaku pedagang di Pasar Induk Babat dalam kegiatan jual beli?
2. Bagaimana perilaku pedagang di Pasar Induk Babat dalam meningkatkan jumlah konsumen ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian memiliki tujuan berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah dibuat yaitu:

- a. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana perilaku pedagang di Pasar Induk Babat dalam kegiatan jual beli.
- b. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana perilaku pedagang di Pasar Induk Babat dalam meningkatkan jumlah konsumen ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan bagi pembaca mengenai perilaku pedagang di Pasar Induk Babat dalam meningkatkan jumlah konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam.

b. Secara Praktis

1) Untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan pengalaman. Dan dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan untuk penelitian.

2) Untuk pedagang

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pedagang tentang pentingnya dan manfaat dari prinsip etika bisnis Islam.

3) Untuk Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat awam mengenai bagaimana cara pedagang

dalam menjalankan kegiatan berdagang dipasar yang ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam.

E. Kajian Pustaka

Untuk melancarkan penulis dalam melakukan penelitian saat ini, maka penulis melakukan kajian Pustaka dari berbagai hasil penelitian terdahulu. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesamaan antara judul dan pembahasan yang sedang dibahas. Oleh karena itu, perlu adanya kajian yang relevan dengan pembahasan tersebut antara lain:

1. Tesis, Muhammad Khusni Mubarak (2021) “Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari Ponorogo Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”.

Penelitian ini menggambarkan bagaimana perilaku pedagang yang beroperasi di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo dipahami dari sudut pandang etika bisnis Islam. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang yang beroperasi di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo telah menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian yaitu pada perilaku pedagang, sedangkan perbedaannya terletak pada konteks penelitian, yaitu penelitian ini pada pedagang yang beroperasi di sekitar Masjid Tegalsari Ponorogo.¹¹

¹¹ Muhammad Husni Mubarak, “Perilaku Pedagang Masjid Tegalsari Ponorogo Perspektif Etika Bisnis Islam”, (Skripsi: Universitas Negeri Indonesia, 2021).

2. Skripsi, Rabi'atul Adawiyah (2022) "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Pada Pedagang Sembako Di Desa Belantaraya Kecamatan Gaung".

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang Muslim, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan etika bisnis Islam secara keseluruhan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pedagang Muslim yang beroperasi sebagai pedagang sembako di Desa Belantaraya Kecamatan Gaung. Persamaan penelitian ini terletak pada pembahasan, yaitu membahas tentang perilaku pedagang ditinjau dari etika bisnis Islam, terdapat perbedaan dalam metode penelitian dan objek penelitian yang digunakan.¹²

3. Skripsi, Lita Ogi Olivia (2019) "Perilaku Pedagang Ikan Di UPTD Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Pulau BAAI Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam".

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perilaku pedagang ikan di UPTD Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Pulau Baai dari perspektif etika bisnis Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan hal-hal berikut: (1) Mayoritas pedagang ikan di UPTD Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Pulau

¹² Rabi'atul Adawiyah, "Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Muslim Pada Pedagang Sembako Di Desa Belantaraya Kecamatan Gaung", (Skripsi: Sekolah Tinggi Agama Islam Auliarrasyidin, 2022).

Baai terlibat dalam praktik penjualan ikan yang kurang jujur, seperti menyembunyikan jenis ikan, kesegaran ikan, dan kualitas sebenarnya dari ikan yang dijual. (2) Perilaku pedagang yang diamati di UPTD Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Pulau Baai masih belum mencerminkan etika bisnis Islam secara menyeluruh. Hal ini disebabkan oleh pelanggaran terhadap prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam, seperti prinsip tauhid, tanggung jawab, keadilan, kebenaran, kebebasan, dan kejujuran. Terdapat kesamaan dalam pembahasan di penelitian ini yaitu analisis perilaku pedagang dari sudut pandang etika bisnis Islam, dan terdapat perbedaan dalam objek penelitian dan fokus penelitian..¹³

4. Skripsi, Rafidah (2020) *“Perilaku Pedagang Sayur Mayur Di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)”*.

Penelitian ini mengamati tentang transaksi jual beli sayur mayur di pasar sentral Pinrang dan menganalisis perilaku pedagang sayur mayur berdasarkan etika bisnis islam. Metode penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang dan pembeli sama-sama memahami perjanjian dan persyaratan sah jual beli. Namun, meskipun ada beberapa pedagang yang belum menerapkan syarat sah dalam jual beli dan prinsip-prinsip etika bisnis Islam ketika diterapkan, sebagian besar pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang telah menerapkan syarat sah dalam jual beli, dan ada juga pedagang yang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

¹³ Lita Ogi Olivia, “Perilaku Pedagang ikan di UPTD Tempat penelangan Ikan (TPI) Pulau Baai Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019).

Persamaan dari penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai perilaku pedagang ditinjau dari etika bisnis islam. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah pada objek penelitian focus penelitian. Penelitian ini berfokus pada pedagang sayur-sayuran saja.¹⁴

5. Skripsi, Putri Natasya (2021) “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Buah-buahan Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Induk Lambaro)”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku pedagang buah-buahan di Pasar Induk Lambaro dan menganalisis penerapan etika bisnis Islam terhadap perilaku mereka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa perilaku pedagang buah-buahan di Pasar Induk Lambaro belum sepenuhnya mematuhi prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Terdapat perilaku yang masih kurang mengikuti etika bisnis Islam. Meskipun demikian, terdapat satu prinsip yang telah diterapkan oleh para pedagang, yaitu kehendak bebas, di mana sebagian besar pedagang memberikan kebebasan kepada pembeli dalam melakukan transaksi.. Persamaan dari penelitian ini adalah pembahasannya yang membahas tentang perilaku pedagang ditinjau dari etika bisnis Islam. Sedangkan

¹⁴ Rafidah, “Perilaku Pedagang Sayur Mayur Di Pasar Sentral Pinrang”, (Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Pare-Pare, 2020).

perbedaannya terdapat pada objek penelitian dan fokus penelitian, penelitian ini berfokus hanya pada pedagang buah-buahan.¹⁵

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan penelitian yang berjudul “Peran UMK Terhadap Pentingnya Sertifikasi Halal di Tempat Wisata Religi Makam Syaikhona Kholil Bangkalan”. Dalam hal ini Sistematika pembahasan yang diuraikan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan ini menjelaskan beberapa penelitian dasar mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab landasan teori menjelaskan sebuah landasan teori dari teori-teori yang akan dipakai sebagai dasar untuk menganalisis argumen yang berkaitan dengan penelitian, seperti: Teori Pasar Tradisional, Perilaku Pedagang dan etika bisnis Islam.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab metodologi penelitian ini menjelaskan sebuah metode yang akan digunakan oleh peneliti untuk menemukan jawaban yang tepat dan

¹⁵ Putri Natasya, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Buah-Buahan Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Induk Lambaro, Kabupaten Aceh Besar)”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2021).

akurat dalam permasalahan penelitian, seperti: jenis penelitian, sumber data, metode dalam pengumpulan data, menganalisis data dan uji keabsahan data.

BAB 1V HASIL DAN PEMBAHSAN

Pada bab ini menjelaskan dan membahas menegnai gambaran umum objek Pasar Induk Babat, jawaban dari rumusan masalah, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan yang ditarik dari hasil studi analisis peneliti. Dan rekomendasi bagi para pembaca, pengulas, dan peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini memuat referensi penelitian yang digunakan peneliti berupa: buku, skripsi, jurnal, dan web.