

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Gorontalo merupakan salah satu Provinsi yang ada di pulau Sulawesi dimana provinsi ini aspek pertumbuhan ekonomi yang diukur dengan PDRB masih didominasi oleh aspek pertanian, peternakan, perikanan serta bahan pangan lainnya. Sehingga dengan hal ini maka sangatlah wajar jika geliat ekonomi Provinsi Gorontalo khususnya pada Kabupaten Gorontalo representasinya masih dilihat bagaimana perkembangan pasar tradisional.

Secara sederhana dapat diartikan bahwa pasar tradisional merupakan tempat bertemu antara penjual dan pembeli, melakukan transaksi secara langsung dengan adanya aktifitas tawar-menawar harga. Sementara itu, menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern Pasal 1 ayat 2 bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Pasar tradisional menjadi salah satu pusat perdagangan dimana penjual dan pembeli bertemu dan melakukan transaksi perdagangan barang dan jasa. Keberadaan pasar tradisional sangat vital karena mengingat peran pentingnya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, disini menjadi pusat bertemunya pedagang dari berbagai penjuru kota dan desa di wilayah Kabupaten Gorontalo yang mencoba mengadu peruntungan dengan menjual barang dagangan yang berupa hasil bumi dan keperluan sehari-hari.

Pada pasar tradisional tentunya terbentuk atas 2 unsur yakni penjual dan pembeli. Pembeli merupakan orang yang memiliki dana kemudian ditukarkan dengan barang dagangan yang dimiliki penjual, sebaliknya penjual merupakan orang yang menyediakan barang untuk kebutuhan sehari-hari bagi pembeli. Kedua unsur ini saling berkaitan dan tentunya membentuk simbiosis mutualisme dimana keduanya harus sama-sama merasa senang sebagaimana prinsip niaga dalam pandangan Islam. Sehingga dalam menciptakan hal tersebut tentunya pembeli maupun penjual harus memiliki perilaku yang baik dalam perdagangan atau bisnis.

Hal tersebut sebagaimana dalam teori akuntansi khususnya pada Akuntansi keperilakuan dimana menjelaskan bagaimana perilaku manusia mempengaruhi data akuntansi dan keputusan bisnis serta bagaimana mempengaruhi keputusan bisnis dan perilaku manusia selalu dicari jawabannya Kumalasari, (2006:1). Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari Notoatmodjo dalam Mohammad dan Mustofa, (2014: 2)

bahwa teori tingkah laku dalam ekonomi digantung pada asumsi-asumsi rasionalitas. Disamping itu teori tingkah laku ekonomi juga menjelaskan motivasi-motivasi manusia yang melandasi pengambilan keputusan dalam ekonomi dan keadaan-keadaan yang secara khusus memotivasi kemunculannya.

Perilaku pedagang merupakan bagaimana tingkah laku pedagang tersebut dalam kegiatan ekonomi. Standar moral suatu perilaku ekonomi didasarkan pada ajaran Islam dan bukan semata-mata didasarkan atas nilai-nilai yang dibangun oleh kesepakatan sosial. Moralitas Islam ini tidak diposisikan sebagai suatu batasan ilmu ekonomi, namun justru sebagai pilar atau patokan dalam menyusun ekonomi Islam. Dalam bisnis, pengusaha harus dapat melayani pelanggan dengan cara yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang selain harus selalu mengetahui kesempatan-kesempatan baru untuk memuaskan keinginan pembeli (Umar, 2000: 3).

Terkait dengan perilaku maka seorang penjual harus memperhatikan berbagai aspek dalam melakukan niaga atau muamalah. Seorang hamba yang senantiasa berpegang pada tali agama Allah akan merasakan keterhubungan langsung dengan Sang Pencipta meskipun dalam melaksanakan ibadah umum (muamalah). Dalam bentuk ibadah umum-lah manusia sering tergelincir pada perkara-perkara duniawi karena telah memisahkan konsep ibadah khusus dan ibadah umum. Sehingga diantara urusan yang ditetapkan sekehendak hati telah masuk ke wilayah hukum

syariat (halal, haram, sah, dan rusak). Alhasil, hukum baru yang diadopsi telah melanggar ketentuan hukum yang digariskan dalam Islam (Akib dan Ernawati, 2016: 2-3)

Menurut A. anafi dan Salam dalam Arifin (2007: 64), bahwa etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif al-Qur'an dan hadits, yang bertumpu pada enam prinsip, yaitu; kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan. Tidak hanya itu, keenam prinsip tersebut merupakan harga mutlak dalam menjalankan usaha bisnis. Dengan berpegang terhadap keenamnya maka bisnis yang dijalankan tentu akan menghantarkan pada perjalanan bisnis dalam rel kebenaran.

Sehingga dalam menciptakan perilaku bisnis yang baik maka pedagang muslim harus mengetahui dan memahami aspek-aspek penting dalam etika bisnis islam. Selayaknya seorang yang mempunyai tingkat pemahaman keagamaan tinggi akan selalu berupaya untuk menjalankan syariat Islam secara konsisten. Bukan hanya dalam tataran ibadah tapi juga pada tataran muamalah, yakni hubungan antara sesama manusia dalam bidang ekonomi. kalau seorang muslim mau konsisten maka ia akan bermuamalah/berdagang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Keterkaitan antara pengetahuan mengenai etika bisnis dengan perilaku bisnis pedagang Islam ini sebagaimana dijelaskan oleh Irawan (2017: 16) bahwa etika adalah keseluruhan dari nilai-nilai tentang kebaikan, kebenaran, moralitas yang diaktualisasikan kedalam perilaku

dan tindakan sehingga menciptakan kondisi kehidupan yang lebih baik terutama dalam bermasyarakat. Sehingga dengan adanya etika Islam yang baik yang tidak hanya dipahami namun hingga aspek penghayatan bagi seorang Muslim maka akan membawa dampak baik bagi pedagang muslim yang diaktualisasikan dalam tata cara berniaga atau muamalah yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam sebagai yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW.

Selain pemahaman atas etika bisnis Islam, perilaku pedagang juga dapat dijelaskan oleh tingkat religius dari seseorang atau tingkat keagamaannya. Keterkaitan antara tingkat religius dengan perilaku pedagang sebagaimana dikatakan oleh Faiz (2009: 21) bahwa agama merupakan sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai dan sistem perilaku yang terlembaga. Sehingga dengan demikian, tingkat religius yang baik maka akan berdampak baik bagi perilaku pedagang dalam melakukan kegiatan muamalah.

Keberagamaan atau religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Menurut Suhardiyanto dalam Fauzan (2013: 56), religiusitas adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk

berkenan kepadapribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendakinya (larangannya)

Pedagang yang memiliki etika bisnis dan tingkat religius yang baik maka akan tercipta perilaku yang baik dalam mengimpelemntasikan aspek-aspek positif dalam muamalah tentunya akan terus dimudahkan oleh Allah SWT dalam kegiatan bisnisnya meskipun pedagang tersebut masih sebatas dalam melakukan penjualan pada pasar tradisional. Terlebih lagi jika pasar tradisional dapat menjadi wadah rezeki setiap hari bagi para pedagang, hal tersebut karena fokus penelitian pada Kabupaten Gorontalo dimana setiap Kecamatan di Kabupaten Gorontalo memiliki pasar tradisional, salah satunya yakni pasar minggu yang terletak pada Kecamatan Telaga.

Pasar Minggu yang terletak di Kecamatan Telaga merupakan pasar yang terbilang sangat ramai. secara kuantitatif jumlah penjual dan pembeli relatif lebih banyak dan secara kualitatif volume dan varian barang dagangan juga relatif lebih baik dan lebih banyak dibandingkan pada pasar-pasar yang lain. Pasar minggu ini menjadi favorit kerena letaknya yang strategis berada di tengah-tengah karena dekat dengan perlimaan yang menjadi perbatasan antara wilayah Kota Gorontalo dan Kabupaten Gorontalo, sehingga para pembeli berdatangan dari berbagai wilayah disekitar perlimaan baik dari Kota Gorontalo maupun dari Kabupaten Gorontalo. Selain itu hari minggu adalah hari libur nasional dimana hampir seluruh pegawai negeri sipil (PNS) maupun pegawai swasta tidak masuk

kantor/libur sehingga mereka pasti meluangkan waktu untuk belanja mingguan di pasar minggu Telaga.

Berdasarkan pengamatan awal pada tanggal 2 Juli 2017, 9 Juli 2017, 16 Juli 2017 serta 23 Juli 2017 yang peneliti lakukan kepada pedagang Pasar Minggu Telaga yang diambil secara acak menurut jenis barang dagangan dan lokasi berdagang. Terdapat beberapa temuan yakni penjual sembako yang mengurangi takaran pada satuan liter yang dapat dilihat dari alat ukur liter yang seperti telah dimodifikasi bawahnya. Hal tersebut dapat diamati pada penjual beras, kacang hijau dan komoditi lainnya yang menggunakan ukuran liter. Pada dasarnya hal ini memang telah dilarang dan ada pengasawannya pun oleh petugas pasar namun ada strategi yang dapat dilakukan oleh penjual seperti mengelabui petugas pasar dengan menyediakan alat ukur liter yang sesuai dengan yang sudah dimodifikasi. Sehingga pada saat ada tinjauan dari petugas pengawas pasar mereka menggunakan liter yang bagus setelah itu mereka menggunakan liter yang kurang baik atau telah dimodifikasi.

Selain itu, cara berjualan yang mereka gunakan, pedagang terkadang menawarkan barang-barang dagangan mereka dengan harga yang relatif agak tinggi, sehingga terkadang konsumen merasa kesulitan dalam menawar harga. Hal ini terjadi dimotivasi oleh keinginan untuk mendapatkan laba yang tinggi dan tidak ingin konsumen menawar barang terlalu jauh, sementara itu hal ini pula terjadi kalau penjual sesungguhnya menitipkan barangnya pada penjual yang dapat dikategorikan sebagai

makelar. Kemudian dalam menawarkan dagangannya mereka sering kali berteriak-teriak dengan suara yang sangat keras bahkan terkadang menggunakan pengeras suara untuk menarik perhatian pembeli sehingga ada diantara pembeli (konsumen) yang merasa kurang nyaman karenanya.

Perilaku pedagang tersebut bukan hanya peneliti amati dari bagaimana perlakuan pedagang namun juga disempurnakan dengan menanyakan langsung mengenai bagaimana tanggapan pembeli. Salah satunya pembeli yang bernama Ibu Ruaida yang menurut ibu ini bahwa

"Saya ini tako kalau ba bili daging sapi karena dorang pe timbangan madelo tidak sesuai, hanya baukur sablah menyebelah seimbang saja baru kan banyak berita sapi dorang isi aer supaya barat timbangan stau".

Penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa yang paling pembeli takutkan dalam membeli barang yakni saat membeli daging ternak dimana timbangan yang mereka gunakan masih menggunakan timbangan lama yang sifatnya masih penuh dengan perkiraan serta adanya fenomena sapi gelonggongan yang marak terjadi dan dilakukan oleh pedagang pada pasar tradisional.

Sehingga dengan demikian, perilaku pedagang identik dengan melakukan kecurangan. Kecurangan merupakan sebab timbulnya ketidakadilan dalam masyarakat, padahal keadilan diperlukan dalam setiap perbuatan agar tidak menimbulkan perselisihan. Pemilik timbangan senantiasa dalam keadaan terancam dengan azab yang pedih apabila ia bertindak curang dengan timbangannya itu. Seperti dijelaskan dalam

Alquran bahwa orang yang suka mengurangi takaran dan timbangan akan mendapatkan siksaan neraka. Seluruh ayat itu telah menekankan pada pentingnya kejujuran dalam menakar dan menimbang pada saat melakukan transaksi perdagangan sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Fenomena lain yang peneliti temukan di pasar minggu Telaga yakni penjual yang menampilkan sampel barang yang bagus di depan, namun ketika pembeli melakukan pembelian, barang yang diambil adalah barang atau produk yang kurang bagus, hal tersebut dapat dilihat pada penjual buah, beras dan komoditas hasil pertanian lainnya.

Fenomena mengenai implementasi yang buruk atau tingkah laku yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam bukan hanya terjadi di Pasar Minggu Telaga, fenomena mengenai hal ini secara umum atau banyak ditemukan pada berita-berita seluruh Indonesia sehingga menjadi sebuah hal yang tidak lumrah. Salah satunya dikutip dari www.surabayapost.co.id yang dikutip dalam pernyataan Azizaturrohmah dan Mawardi (2014: 279) yakni beberapa kecurangan meliputi menyuntikan cairan pewarna ke dalam buah-buahan, sehingga saat buah dibuka warnanya lebih menarik dan menggugah selera, namun setelah dicicipi rasanya tak semanis warnanya. Mengawetkan buah-buahan dengan cara dicelup terlebih dahulu kedalam boraks dan cairan lilin. Hal ini tentu sangat berbahaya bagi kesehatan kita, karena lilin dan boraks bukanlah zat yang boleh dikonsumsi oleh manusia. Menambahkan cairan pewarna tekstil pada bagian luar buah agar tampilan luar buah menjadi lebih menarik.

Kemudian terdapat pula pedagang yang menitipkan barangnya kepada orang lain atau disebut dengan makelar karena kesibukan tertentu atau membuka 2 cabang di dalam pasar, biasanya pada orang yang dititipkan mengambil keuntungan dengan cara melakukan kecurangan baik dari kecurangan timbangan ataupun harga jual.

Berbagai fenomena tersebut menjadi landasan dalam pengambilan judul penelitian, dimana hal tersebut juga dilakukan oleh peneliti sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Faiz (2009) yang berjudul pengaruh tingkat keagamaan terhadap perilaku pedagang di pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan dan Amalia (2014) yang berjudul etika bisnis islam: konsep dan Implementasi pada pelaku usaha Kecil. Adapun perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni pada lokasi atau sasaran penelitian dan juga pada analisis yang digunakan dimana penelitian terdahulu menggunakan analisis kualitatif dan ada pula yang regresi sederhana maka penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka formulasi judul yang penulis tuangkan dalam tulisan ini adalah **Pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islami dan Tingkat Religius Pedagang Terhadap Perilaku Pedagang Muslim (Studi Kasus pada Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yakni:

1. Berdasarkan pengamatan peneliti terdapat penjual sembako yang mengurangi takaran pada satuan liter yang dapat dilihat dari alat ukur liter yang seperti telah dimodifikasi bawahnya serta upaya mengelabui petugas pasar dengan menyediakan alat ukur liter yang sesuai dengan yang sudah dimodifikasi
2. Beberapa masyarakat yang merupakan pembeli merasakan keraguan pada para penjual seperti penjual pada timbangan ikan, daging ternak serta pada buah buahan.
3. Adanya fenomena pemajangan sampel jualan yang kualitasnya bagus namun ketika pembeli melakukan pembelian, barang/produk yang diambil adalah barang atau produk yang kurang baik kualitasnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Pemahaman Etika Bisnis Islami berpengaruh terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo?
2. Apakah tingkat religius berpengaruh terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo?

3. Apakah Pemahaman Etika Bisnis Islami dan tingkat religius pedagang secara bersama – sama berpengaruh terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo?

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islami terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo.
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat religius pedagang terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo
3. Untuk mengetahui pengaruh Pemahaman Etika Bisnis Islami dan tingkat religius pedagang terhadap Perilaku Pedagang Muslim di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini dapat dijabarkan berikut ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Bagi pengembangan ilmu akuntansi khususnya tentang Akuntansi Syariah, Ekonomi Islam serta Etika

bisnis. Bagi peneliti lain dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Bagi pedagang muslim penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang etika bisnis dan tingkat religius sehingga perilaku menjadi lebih baik serta bagi pengawas pasar serta pemerintah yang membidangi aspek ini agar lebih aktif dalam melakukan pengawasan pada pedagang-pedagang di Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo.