BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perdagangan (bisnis) selalu memegang peranan vital di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Kebaikan dan kesuksesan serta kemajuan suatu bisnis sangat tergantung pada kesungguhan dan ketekunan para pelaku bisnis tersebut.

Agama Islam sejak awal lahirnya, mengizinkan akan adanya bisnis karena Rasulullah sendiri pada awalnya juga berbisnis pada jangka waktu yang lama. Di dalam hal perdagangan atau bisnis, agama Islam dan Rasulullah sendiri juga memberikan apresiasi yang lebih, seperti yang tercermin pada hadis Nabi yang menegaskan bahwa sepuluh pintu rezeki, sembilan diantaranya adalah perdagangan.[1] Namun, Rasulullah tidak begitu saja meninggalkan tanpa aturan ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis.

Dalam perekonomian yang kompleks saat ini, orang harus menghadapi tantangan dan risiko untuk mengkombinasikan tenaga kerja, modal dan manajemen secara baik sebelum memasarkan suatu produk. Orang-orang yang demikian itu dikenal sebagi pengusaha atau *entrepreneur*.

[1] Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Motivasi utama kegiatan bisnis adalah profit atau laba. Namun selain tujuan materi, sebagai seorang muslim hendaknya aktivitas berdagang atau berbisnis itu juga mempunyai makna eksatologis yaitu mencakup keselamatan dan tujuan akhir kehidupan manusia (ibadah). Dari hadis-hadis yang diriwayatkan At-Tirmidzi diketahui setidaknya ada tiga ciri yang harus dipenuhi jika aktivitas perdagangan berdimensi eksatologis, yakni, pertama, perdagangan yang diletakkan kedalam kerangka ketakwaan kepada Allah, kedua perdagangan yang dilakukan secara jujur, dan ketiga perdagangan yang dilakukan secara benar melahirkan kepercayaan.[2]

Dalam bisnis para pedagang atau 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-keinginan pembeli.

Agama Islam menginginkan perdagangan yang berjalan bebas dan bebas dari distorsi pasar. Hal itu bertujuan agar dapat memelihara unsur keadilan bagi semua pihak baik pihak penjual maupun pembeli. Selain itu, Islam juga mengatur agar persaingan di pasar dilakukan secara adil. Apalagi pada zaman sekarang ini persaingan usaha yang semakin tinggi dan globalisasi adalah sesuatu yang harus dan mesti dihadapi oleh setiap pengusaha atau pedagang.

Jika para pengusaha atau pelaku bisnis di bidang yang sama mempunyai tujuan dan strategi yang sama pula, tingkat persaingan akan lebih

[2] Ibid., 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rendah karena masing-masing pengusaha mempunyai pandangan yang sama mengenai pesaingnya. Keadaan sebaliknya akan menciptakan persaingan yang tinggi. Persaingan juga merupakan semacam upaya untuk menduduki posisi yang lebih baik dari pengusaha atau pelaku bisnis lain di bidang yang bersangkutan. Jika jumlah pesaing cukup banyak dan seimbang, persaingan akan tinggi karena masing-masing pengusaha mempunyai sumber daya yang relativ sama. Jika jumlah pesaing sama dan terdapat perbedaan sumber daya, dipasar akan jelas sekali terlihat siapa yang menjadi *market leader* dan pengusaha mana yang merupakan pengikut.

Dengan kondisi persaingan sekarang ini yang semakin tinggi, maka untuk menghadapinya seorang pedagang atau pengusaha memerlukan kekuatan-kekuatan atau daya saing (terutama dalam bidang produksi termasuk perniagaan), antara lain yaitu daya saing kualitas, daya saing harga, daya saing marketing dan daya saing jaringan kerja.[3]

Sesungguhnya dalam perekonomian Islam pasar mendapatkan kedudukan yang sangat penting. Islam mengharapkan suatu pasar yang manusiawi dimana pasar tersebut dibawah naungan nilai yang luhur. Rasulullah juga sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Namun, realitas menunjukkan bahwa sistem-sistem ekonomi konvensional telah membawa manusia berperilaku mengeksploitasi manusia lainnya. Kekayaan alam dieksploitasi untuk kepentingan diri sendiri, dan bahkan Tuhan dikesampingkan ketika dalam proses pemenuhan kebutuhan

[3] Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 44.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

materialnya. Oleh sebab itu, Islam menekankan adanya moralitas, seperti persaingan usaha yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggungjawab setiap pelaku bisnis atau pelaku pasar. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini ada sebagai refleksi dari keimananya kepada Allah.

Dalam ekonomi Islam, manusia khusunya seorang muslim bukan hanya dipandang sebagai objek yang diatur dalam perekonomian tetapi juga sebagai faktor penentu yang dapat mengukuhkan berlangsungnya perekonomian diatas prinsip-prinsip Islam. Selanjutnya manusia jugalah yang menentukan perkembangan perekonomian. Jadi, landasan akidah atau nilai dasar Islam harus benar-benar difahami oleh para pelaku bisnis, sehingga bukan hanya prinsip-prinsip ekonomi Islam yang bisa berjalan tetapi juga secara tidak langsung keberlangsungan itu terjaga melalui pengawasan internal yang ada di dalam diri manusianya.

Ada sebuah etika yang menjadi rujukan dalam beraktivitas, khususnya perilaku dalam berbisnis, agar segala yang dilakukan tidak keluar dari norma-norma Islam. Etika itu menyebutkan bahwa segala perbuatan hendaknya diniatkan karena Allah, diniatkan dengan cara-cara Allah, dan ditujukan hanya untuk Allah.

Ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qu'ran dan hadis sebagai pedoman telah menggariskan norma-norma untuk berperilaku dalam berbisnis, diantaranya adalah menegakkan perdagangan barang yang tidak haram, bersikap benar, amanah, jujur, menegakkan keadilan dan mengharamkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bunga, menegakkan kasih sayang, nasihat, dan mengharamkan monopoli untuk melipatgandakan keuntungan pribadi, menegakkan toleransi dan persaudaraan, dan berprinsip bahwa perdagangan merupakan bekal untuk akhirat.[4]

Islam secara jelas telah melarang adanya persaingan usaha yang tidak sehat. Salah satu persaingan usaha yang tidak sehat diantaranya dengan cara melakukan *ikhtikar* yaitu mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menahan barang untuk tidak beredar di pasar supaya harganya naik. Sebagaimana hadis Rasulullah saw berikut ini:

عَنْ مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللّٰهِ عَنْ رَسُوْلِ اللّٰهِ ص قَالَ لَا يَحْتَكِرُ اِلَّا خَاطِئٌ رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Artinya: Dari Ma'mar bin 'Abdullah, dari Rasulullah saw, sabdanya: "Tidak menimbun (melakukan ikhtikar) melainkan orang yang berdosa". (Diriwayatkan oleh Muslim).[5]

Selain *ikhtikar,* dalam ajaran Islam juga dilarang melakukan *bai' najasy* yaitu penjual menyuruh pihak lain memuji produknya atau menawar dengan harga tinggi, sehingga orang akan terpengaruh dan tertarik pula untuk membeli tanpa merasa kemahalan. Hal tersebut benar-benar akan merugikan pembeli, oleh karena itu hal ini dilarang dalam ajaran islam. Sebagaimana hadis Rasulullah saw berikut ini:

وَعَنْهُ قَالَ نَهَى رَسُوْلُ اللّٰهِ ص عَنِ النَّجْشِ مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ

Artinya: "Dan daripadanya. Ia berkata: Rasulullah saw. Larang jualan najasy" (Muttafaq 'alaih).[6]

---

[4] Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah …,* 43.
[5] A. Hasan, *Tarjamah Bulughul Maram* (Bandung: CV Diponegoro, 1989), 401.
[6] Ibid., 396.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebagai seorang pedagang terutama para pedagang muslim, maka sudah seharusnya memegang teguh pedoman-pedoman yang telah ada dalam Al-Qur'an dan hadis-hadis Rasulullah dalam menjalankan aktivitas berdagang termasuk dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat sekarang ini.

Selain faktor kondisi dan situasi lingkungan seperti semakin tingginya persaingan usaha yang ada sekarang ini, agama juga memegang peranan yang cukup penting, agama menyajikan kerangka moral sehingga seseorang bisa mengendalikan perilakunya dan bisa menerangkan mengapa dan untuk apa seseorang berada di dunia.

Sehubungan dengan hal tersebut bahwa dalam menghadapi dunia yang semakin kacau ini, agama bisa merupakan satu-satunya alat yang ampuh. Oleh karena itu agama mempunyai nilai kekinian, yang akan berdampak dihari nanti. Sehingga jika seseorang termasuk pengusaha atau pedagang yang telah menerima nilai-nilai yang baik dibangku sekolah dulu atau dilingkungannya, sementara kenyataan diluar justru berlawanan, mereka tidak akan mudah begitu saja hanyut.

Menurut Kenneth Boulding, pengaruh agama terhadap kehidupan ekonomi dan sejarah, lebih besar daripada pengaruh agama terhadap pemikiran ekonomi. Agama turut mempengaruhi pengambilan keputusan mengenai jenis komoditi yang diproduksi, terbentuknya kelembagaan ekonomi, dan juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

praktek-praktek atau perilaku ekonomi atau bisnis.[7] Namun hal tersebut tergantung pada proses kedewasaan dan perkembangan agama pada diri individu serta pengetahuan agama yang didapat dilingkungannya yang mampu membekali dirinya sehingga individu mampu hidup berpegang pada agama yang sudah kuat tertanam dijiwanya.

Dengan rasa keberagamaan (religiusitas) seseorang tentunya akan mendorong untuk melakukan pemenuhan kebutuhan yaitu menyembah dan mengagung-agungkan dzat penciptanya. Misalnya dengan melaksanakan ritual-ritual keagamaan, karena ritual-ritual itu adalah salah satu cara mendekatkan diri pada Tuhan yaitu Allah SWT. Namun perilaku atau aktivitas agama tidak hanya pada perilaku ritual, aktivitas-aktivitas lainnya juga sangat perlu. Sebab dalam Islam sendiri bahwa Islam menyuruh umatnya untuk beragama atau memiliki suatu kepercayaan dimana bisa membawa manusia mempunyai tujuan hidup dan berperilaku menuju keridlaan Allah seperti yang dikatakan Djamaluddin Ancok dalam Uswatun Hasanah bahwa setiap muslim baik dalam berfikir, bersikap maupun bertindak, diperintahkan untuk ber Islam artinya dalam melakukan aktivitas ekonomi, sosial, politik atau aktivitas apapun si muslim diperintahkan untuk melakukannya dalam rangka beribadah kepada Allah, dimanapun dan dalam keadaan apapun.[8]

Islam sangat menegaskan bahwa setiap perbuatan atau perilaku sehari-hari harus mencerminkan orang yang beragama yaitu *berakhlaqul karimah*

---

[7] M. Dawan Rahardjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen* (Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya, 1990), 27.

[8] Uswatun Hasanah, Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Perilaku Prososial pada Remaja di Madrasah Aliyah Negeri II Tulungagung , (Skripsi -- IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2006), 5.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai seorang muslim. Contoh *akhlaqul karimah* yaitu akhlak terhadap orang lain yaitu sikap saling tolong menolong, membantu, pemurah, jujur, dan lain-lain, agar terciptanya persaudaraan (*ukhuwah Islamiyah*).

Hal ini juga ditegaskan dalam konsep religiusitas yaitu dimensi pengalaman (penghayatan) atau disebut dengan akhlak, dalam Djamaludin Ancok disebutkan:

> Bahwa dimensi pengalaman atau penghayatan ini menunjukkan pada beberapa tingkatan muslim berperilaku di motivasi oleh ajaran-ajaran agama yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Dalam keberislaman dimensi ini meliputi perilaku suka tolong menolong, bekerja sama, berderma, menyejahterakan dan menumbuhkan kebangkitan orang lain, menegakan keadilan dan kebenaran, berperilaku jujur, memaafkan, menjaga lingkungan hidup, mematuhi norma-norma agama dan perilaku seksual, berjuang untuk hidup sukses menurut ukuran Islam tersebut.[9]

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa suatu *religious* atau tingkat religiusitas yang dimiliki seseorang menjadi faktor penting dalam mempengaruhi perilaku manusia sehari-hari, tindakan-tindakan yang dilakukan dalam kehidupannya. Salah satunya adalah perilaku dalam berbisnis karena dalam ajaran agama tentu manusia dituntut untuk berbuat baik dan agama akan menjadi pegangan hidupnya untuk mengontrol hidup dan untuk mengendalikan segala perilaku.

Seseorang yang mempunyai keterkaitan religiusitas yang lebih besar maka akan menjalankan aturan-aturan dan kewajiban agamanya dengan patuh termasuk juga dalam kehidupan ekonomi, maka ia akan menjalankan aktivitas bisnisnya sesuai dengan aturan-aturan bisnis yang ada dalam ajaran agamanya

[9] Ibid., 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu Islam. Orang seperti ini dapat dikatakan sebagai orang yang mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi.

Salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan yaitu pasar Sidorejo yang merupakan salah satu pasar yang ramai yang terletak di Desa Takerharjo Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan. Keberadaan pasar Sidorejo ini sangat membantu khusunya untuk masyarakat Desa Takerharjo dan sekitarnya dalam menjalankan usaha atau perdagangannya bagi pedagang dan memenuhi kebutuhan sehari-hari bagi para konsumen, karena pasar ini merupakan satu-satunya pasar di Desa Takerharjo dan buka setiap hari mulai jam 05.30 sampai sekitar jam 08.30. Para pedagang di pasar Sidorejo ini juga cukup banyak yaitu sekitar 109 pedagang. Dengan banyaknya pedagang yang berjualan di pasar tersebut, maka persaingan usahanya juga semakin ketat. Berdasarkan pengamatan penulis, dengan semakin ketatnya persaingan usaha, pada kenyataannya terdapat beberapa pedagang di pasar Sidorejo yang melakukan persaingan usaha secara tidak sehat sehingga merugikan pedagang lain. Seperti yang dilakukan beberapa pedagang yaitu menjelek-jelekkan pedagang lain, menjual barang dagangan dengan harga yang sangat murah atau berada dibawah harga pasar.

Para pedagang maupun pembeli di pasar Sidorejo ini beragama Islam. Desa Takerharjo yang merupakan tempat pasar Sidorejo ini mempunyai tingkat keagamaan yang cukup baik karena di desa tersebut banyak terdapat pemuka agama, sekolah-sekolah agama, dan masjid-masjid yang mana dalam setiap minggunya pasti mengadakan pengajian. Sehingga bisa dikatakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa tingkat pemahaman akan ajaran Islam atau tingkat keagamaan mereka adalah baik.

Meskipun demikian, pada kenyataanya masih terdapat penyimpangan-penyimpangan perilaku bisnis dari etika bisnis Islam yang dilakukan oleh para pedagang pasar Sidorejo demi mendapatkan keuntungan. Seperti menawarkan barang dagangan mereka dengan harga yang relatif tinggi dari harga pasaran padahal kualitas barang dan pelayanannya sama, melakukan penipuan, kebohongan, curang dalam timbangan dan kecurangan-kecurangan lain.

Bahkan ada seorang muslim yang telah menunaikan ibadah haji dan dianggap sebagai pemuka agama juga melakukan hal-hal yang dianggap tidak baik dalam agama Islam, seperti menjelekkan pedagang lain dan menawarkan barang dagangan dengan harga yang relatif tinggi dari harga pasaran padahal kualitas dan pelayanan sama. Selain itu, ada seorang pedagang yang berprofesi juga sebagai guru agama di salah satu lembaga pendidikan yang ada di Desa Takerharjo, namun dalam berdagang ia mengurangi timbangan dan takaran.

Maka dengan melihat realitas yang ada diatas penulis tertarik dan tergugah untuk mengangkat permasalahan tersebut kedalam skripsi dengan judul "**Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Persaingan Usaha terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sidorejo Lamongan**". Karena kita ketahui bersama bahwa di zaman sekrang ini tingkat persaingan usaha semakin tinggi dan mayoritas penduduk bangsa kita adalah beragama Islam tetapi dalam pengamalan muamalatnya sehari-hari banyak yang keluar dari syariat yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

telah diajarkan oleh Islam dan sebagaimana dicontohkan Nabi Muhammad SAW. dalam bermuamalat khususnya berdagang.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah tingkat religiusitas dan persaingan usaha secara parsial mempunyai pengaruh terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di pasar Sidorejo Lamongan?
2. Apakah tingkat religiusitas dan persaingan usaha secara simultan mempunyai pengaruh terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di pasar Sidorejo Lamongan?
3. Manakah variabel yang mempunyai pengaruh dominan antara tingkat religiusitas dan persaingan usaha terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di pasar Sidorejo Lamongan?

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas dan persaingan usaha secara parsial terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di pasar Sidorejo Lamongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas dan persaingan usaha secara simultan terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di pasar Sidorejo Lamongan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Untuk mengetahui variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan antara tingkat religiusitas dan persaingan usaha terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di pasar Sidorejo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
   a. Menambah keilmuan tentang perilaku bisnis pedagang muslim yang dipengaruhi tingkat religiusitas dan persaingan usaha terhadap perilaku bisnis pedagang muslim.
   b. Sebagai rujukan bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti ataupun mengembangkan penelitian tentang pengaruh variabel tingkat religiusitas dan persaingan usaha terhadap perilaku bisnis pedagang muslim di Pasar Sidorejo Lamongan.
   c. Memberikan masukan para akademisi untuk melakukan kontribusi terhadap pengembangan teori religiusitas, persaingan usaha, dan perilaku bisnis Islam khususnya mengenai pengaruh tingkat religiusitas dan persaingan usaha terhadap perilaku bisnis pedagang muslim.

2. Manfaat Praktis
   a. Bagi penulis

      Sebagai sarana bagi penulis untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) di Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Bagi para pengusaha atau pedagang

1) Menambah wawasan mengenai perilaku bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam.
2) Diharapkan setelah adanya pengetahuan tersebut khusunya kepada para pedagang di pasar Sidorejo Desa Takerharjo Kecamatan Solokuro Kabupaten Lamongan, maka para pedagang akan bersikap istiqamah dalam melakukan tindakan perilaku bisnis yang sesuai dengan aturan-aturan berbisnis dalam Islam.
3) Meningkatkan kegiatan keagamaanya, melaksanakan kerjasama yang saling menguntungkan dengan pihak lain serta tetap menjunjung tinggi norma agama yang telah dianutnya dengan sungguh-sungguh.
4) Akan terciptanya persaingan usaha yang sehat dengan menerapkan nilai-nilai ajaran Islam dalam berbisnis sehingga diperoleh keberkahan hidup di dunia dan kemenangan di akhirat kelak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id