

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid-19 pertama kali muncul pada akhir tahun 2019 tepatnya berada di daerah Wuhan, China. Menurut World Health Organization (WHO), virus Covid-19 merupakan virus yang menyerang sistem pernafasan manusia. Penyebaran virus Covid-19 ini begitu cepat, tidak hanya di daerah asalnya saja, namun virus ini telah menyebar ke seluruh negara di dunia. Dampak yang ditimbulkan dari virus ini telah menyebabkan kenaikan angka kematian yang cukup tinggi di berbagai negara. Menurut Wiku Adisasmi selaku juru bicara Satuan Tugas (Satgas) Penanganan Covid-19, Indonesia menempati peringkat ke-9 dengan angka kematian kumulatif tertinggi di dunia. Dilansir dari website Johns Hopkins University total kasus Covid-19 di seluruh dunia pada 8/29/2021 adalah sebanyak 215.994.325 kasus dan total kematian akibat Covid-19 di seluruh dunia sebesar 4.494.608 jiwa.

Untuk melakukan pengendalian penyebaran virus Covid-19 ini, pemerintah telah mengeluarkan beberapa kebijakan, antara lain diadakannya lockdown, pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Kebijakan ini tentu saja membuat perekonomian suatu negara tidak berjalan dengan semestinya. Pandemi Covid-19 ini tidak hanya menaikkan angka kematian di seluruh dunia, tetapi juga mengakibatkan kemerosotan perekonomian seluruh negara-negara di berbagai

penjuru dunia. Selain itu salah satu dampak yang diakibatkan oleh adanya pandemi Covid-19 adalah adanya kepanikan masyarakat untuk membeli barang atau jasa untuk menghadapi situasi tertentu (Khusnul, 2021). Penyebab *panic buying* didorong oleh kondisi psikologis manusia yaitu adanya ketakutan, serta adanya keinginan untuk berusaha keras melawan ketakutan tersebut (Taylor, 2019).

Kepanikan masyarakat yang terjadi ini tentu saja banyak dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan kecurangan dalam proses jual beli, misalnya melakukan penimbunan barang, mengurangi takaran atau timbangan, serta melakukan penipuan terhadap kualitas barang yang akan diperjualbelikan. Selain karena pandemi Covid-19, pengaruh lainnya adalah kurangnya kontrol pemerintah terhadap pedagang di pasar tradisional yang menyebabkan pelaku pasar dapat menetapkan timbangan dan harga secara bebas (Mukri et al., 2020). Salah satu contoh nyata dari dampak yang ditimbulkan oleh adanya pandemi Covid-19 ini adalah penimbunan barang yang dilakukan oleh pedagang. Dilansir dari Kompas.com pada Juli 2021 adalah adanya penimbunan susu kaleng dengan merek Bear Brand yang digadang-gadang dapat menangkal virus Covid-19, sehingga mengakibatkan harga susu tersebut melonjak tinggi karena adanya kelangkaan stok susu tersebut di pasar.

Pasar merupakan elemen penting dalam perekonomian, dan memiliki tujuan untuk kemaslahatan dan kesejahteraan umat manusia (Nawawi, 2013). Selain itu pasar juga merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang

telah membuat kesepakatan mengenai penentuan harga dan kuantitas keseimbangan serta melakukan pertukaran barang atau jasa (Yuliadi, 2019). Konsep pasar menurut Islam adalah tidak hanya untuk mencari keuntungan sebanyak-banyaknya, namun juga menjunjung konsep masalah dan asas-asas yang berkaitan dengan keadilan kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Kemudian dalam menjalankan transaksi ekonomi, pelaku jual beli juga harus memperhatikan etika dan norma hukum yang berlaku. Islam telah mengatur praktik jual beli harus dilandasi dengan adanya moralitas yang tinggi, agar penjual dan pembeli sama-sama diuntungkan. Moralitas yang dimaksud antara lain adalah kejujuran, keterbukaan, dan keadilan.

Pada saat melakukan kegiatan ekonomi, banyak orang berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan yang banyak. Namun sering kali kita jumpai banyak pedagang menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan dengan cepat pada saat menjalankan bisnis atau usahanya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bisnis merupakan usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha, dan usaha dagang. Selain itu bisnis juga memiliki makna dasar "*the buying and seling of goods services*" atau sebagai pertukaran barang dan jasa yang menguntungkan atau memberi manfaat satu sama lain. Keberlangsungan bisnis bergantung dari adanya interaksi antar individu, adanya peluang, adanya usaha untuk mempertahankan serta meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya (Fauzia, 2013).

Kegiatan jual beli merupakan aktivitas yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia. Pada proses melaksanakan suatu kegiatan bisnis,

diperlukan etika digunakan untuk apa yang seharusnya dan tidak seharusnya dilakukan oleh pelaku bisnis (Jamaluddin & Rahmanto, 2020). Pelaksanaan bisnis tanpa etika hanya akan membuat bisnis tersebut kehilangan kredibilitasnya. Bisnis menurut pandangan Islam merupakan bisnis yang dilaksanakan sesuai dengan etika dan syariat agama yang ada, dan tujuan berbisnis menurut Islam semata-mata bukan hanya untuk mencari keuntungan, namun juga untuk tolong menolong (Khuza'i, 2005). Bisnis dalam pandangan Islam juga harus dilandasi oleh rasa kerelaan antara dua pihak yang terlibat transaksi dalam sebuah aktivitas dalam sebuah pasar (Fauzia, 2013).

Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang memiliki arti kebiasaan, adat, akhlak, sikap, atau watak. Etika dapat diartikan sebagai alat atau perangkat yang digunakan untuk mengatur perilaku manusia. Etika menurut Islam merupakan kebiasaan yang tercipta dalam jiwa tanpa perlu adanya pertimbangan pemikiran terlebih dahulu (Jamaluddin & Rahmanto, 2020). Etika bisnis merupakan prinsip-prinsip ajaran moral atau aturan yang mengatur tingkah laku atau kaidah-kaidah etika yang dianut dalam menjalankan kegiatan bisnis usaha (Latief, 2006). Bisnis yang dijalankan berdasarkan etika dan syariat agama akan menciptakan kehidupan yang damai dan dinamis bagi manusia (Khuza'i, 2005). Dalam Islam perdagangan yang baik adalah perdagangan yang mengikuti cara berdagang Rasulullah SAW, yaitu saat Rasulullah mengambil barang dari orang lain (produsen), beliau membayar biayanya dengan uang *cash* walaupun hanya sedikit, kemudian beliau berkeliling untuk mengantarkan barang-barang dagangannya kepada para

konsumennya. Rasulullah juga selalu bersikap jujur dan transparan mengenai kondisi barang yang dijualnya, sehingga beliau terkenal akan keberhasilannya dalam berdagang dan dipercayai oleh banyak orang (Widyastuti, 2019). Menerapkan etika dalam menjalankan bisnis merupakan tolak ukur kredibilitas bisnis seseorang. Tidak amanah, keterpaksaan, dan tidak transparan dalam berbisnis merupakan faktor yang dapat memicu lambatnya pertumbuhan bisnis (Purwati, 2019).

Kebutuhan manusia akan pangan merupakan peluang emas yang dapat menghasilkan banyak keuntungan, seperti halnya yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Kliwonan, Desa Sidorejo, Kecamatan Godean, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Mayoritas pedagangnya menjual kebutuhan pangan sehari-hari, dari sembako, sayur mayur, hingga terdapat penjual yang menjual makanan rumahan siap saji. Selain itu mayoritas pedagang di pasar ini menganut agama Islam, sehingga telah memiliki pemahaman mengenai barang halal dan haram. Pembeli di pasar ini mayoritas berasal dari wilayah Desa Sidorejo, namun terdapat pula pembeli yang berasal dari luar Desa Sidorejo, sehingga antara penjual dan pembeli dapat mengenal nama satu sama lain. Pada proses transaksi, seperti pada pasar tradisional lainnya, pembeli dapat menawar harga barang. Harga barang yang ditawarkan oleh penjual adalah tidak tetap, sehingga barang yang ditawarkan oleh masing-masing pedagang bisa memiliki harga yang berbeda walaupun barang tersebut masih sejenis ataupun memiliki merk yang sama. Pada saat kasus Covid-19 pada Juli 2021 kembali naik, dan merebaknya isu bahwa susu Bear Brand dapat menangkal virus Covid-19, tentu

saja peristiwa seperti ini merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pedagang untuk berbuat curang sehingga akan memperoleh keuntungan yang berlipat ganda. Selain itu, masih banyak ditemukan perilaku pedagang yang dapat merugikan pembeli, misalnya mencampur sayuran layu dengan sayuran segar, mencampur beras yang memiliki kualitas yang berbeda, dan pedagang lalai mengecek kondisi atau kualitas barang yang dijualnya.

Dari realita tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana pemahaman dan penerapan prinsip etika bisnis Islam pada transaksi jual beli di pasar tradisional, tepatnya di Pasar Kliwonan, Desa Sidorejo, Kecamatan Godean, Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemahaman pedagang di Pasar Kliwonan mengenai etika bisnis Islam?
2. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam di Pasar Kliwonan selama pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pemahaman pedagang di Pasar Kliwonan mengenai etika bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam di Pasar Kliwonan selama pandemi Covid-19.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian adalah diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi pedagang di Pasar Kliwonan khususnya dalam penerapan etika bisnis Islam.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat dijadikan referensi mengenai praktik etika bisnis Islam yang terjadi di pasar tradisional, serta diharapkan dapat menambah wawasan mengenai etika bisnis Islam.