

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kebutuhan akan barang dan jasa merupakan hal yang dibutuhkan manusia untuk melangsungkan kehidupannya. Manusia sebagai makhluk sosial pasti saling membutuhkan satu sama lain. Oleh karena itu, manusia melakukan usaha untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya salah satunya dengan cara jual beli. Menurut pasal 1457 KUH Perdata, jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang lain untuk membayar harga yang telah di janjikan. Dalam hal ini, pihak yang terkait untuk menyerahkan suatu benda disebut dengan penjual, sedangkan pihak yang terikat untuk membayar harga disebut dengan pembeli.

Konsumen merupakan elemen penting dalam aktivitas bisnis. Kegiatan bisnis dapat di pastikan selalu terkait dengan konsumen. Konsumen sebagai pihak yang memanfaatkan barang dan atau jasa, merupakan pihak yang semestinya mendapatkan perlindungan hukum. Memberikan perlindungan hukum pada konsumen, berarti memastikan terpenuhinya perlindungan hak-hak konsumen sebagaimana telah diatur oleh Undang-Undang salah satunya UU no 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Hidayani, 2012) . Aktivitas bisnis tidak terlepas dari aktivitas masyarakat dalam ruang lingkup ekonomi. Sebagaimana telah dikenal secara luas, prinsip ekonomi menyatakan bahwa kegiatan ekonomi adalah kegiatan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya. Dari tindakan tersebut, diperoleh keuntungan ekonomis yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Namun, prinsip ini salah diartikan oleh pelaku usaha guna untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

Banyak pelaku usaha yang mengambil keuntungan tidak dengan sewajarnya dan kecurangan-kecurangan lainnya.

Dalam era globalisasi , perekonomian adalah salah satu aspek yang sangat penting bagi setiap kehidupan manusia guna memenuhi setiap kebutuhan seperti sandang, pangan, dan papan. Bahkan di setiap lini kehidupan terdapat beberapa bidang perekonomian seperti bidang pertanian, perdagangan, perindustrian, dan banyak bidang yang lain. Maka dari itu aspek perekonomian seakan menjadi hal yang sangat penting bagi setiap manusia dan tidak bisa dipisahkan satu sama lain, bahkan tingkat perekonomian bisa menjadi tolak ukur tingkat pencapaian setiap manusia. Hal ini dapat dilihat dari upaya manusia berlomba-lomba dalam bekerja keras untuk memenuhi kebutuhannya dan mencapai kehidupan yang lebih layak baik dari bentuk produksi, konsumsi, distribusi, maupun hal lainnya (Norvadewi, 2015).

Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli itu adalah pasar , dalam lingkungan pemasaran dapat berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman dan segala jenis persaingan antara semua pedagang yang ada didalam pasar. Dengan adanya persaingan usaha ini sangat diperlukan bagi semua pelaku usaha perdagangan dalam peningkatan sebuah usaha itu sendiri serta untuk menjaga eksistensi dalam membangun sebuah usaha. Dalam hal ini para pelaku usaha dituntut untuk lebih memutar otak dari segi strategi pemasaran supaya usahanya terus berkembang dan tetap berjalan sehingga produknya laris dilapangan. Serta sebagai titik acuan sebuah usaha itu sendiri dan menjadi tolak ukur bagi pelaku usaha tersebut sudah lebih baik

dari pesaing usaha lainnya. Namun demikian dalam melakukan sebuah persaingan usaha seorang pelaku usaha tetap memperhatikan persaingan usaha yang sehat dengan melakukan nilai-nilai moral dalam setiap aktivitas perdagangan agar tidak ada pihak lain yang dirugikan. Seiring dengan dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Seperti contoh, masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam penjualan dan masalah yang rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional.

Pasar Tradisional merupakan tempat interaksi secara langsung antara pelaku usaha atau penjual dan pembeli, karena tingginya intensitas interaksi yang terjadi di pasar tradisional, dapat memungkingkan tingginya peluang kecurangan oleh pelaku usaha atau penjual. Penyebabnya adalah karena belum ada patokan harga, volume yang sesuai dengan standar yang ada. Jadi masih banyak pelaku usaha atau penjual yang memakai alat ukur sederhana untuk menentukan patokan harga tanpa diketahui keakuratannya. Alat ukur sederhana yang biasa digunakan di pasar tradisional adalah timbangan manual. Timbangan dan alat takar adalah jenis alat pengukur barang yang paling umum dalam perdagangan jual beli di pasar tradisional. Timbangan tersebut berfungsi sebagai mengukur suatu berat massa yang dinyatakan dalam satuan kilogram. Timbangan yang banyak dipakai pedagang tradisional umumnya timbangan meja. Timbangan meja ini dalam penggunaanya membutuhkan bantuan operator, timbangan ini termasuk timbangan yang wajib

ditera ulang, karena digunakan dalam kegiatan perdagangan terutama dipasar tradisional dan juga untuk mengurangi-kecurangan pedagang.

Perilaku menyimpang ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk dan lain sebagainya. Sehingga kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar, pembeli juga harus diberitahu oleh pedagang apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang yang dijual. Dikarenakan kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya, oleh karena itu informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen (Ema, 2010).

Dengan ini dapat diartikan bahwa etika bisnis sangat diperlukan dalam menjalankan kegiatan usaha bisnis yang mengingat fakta yang terjadi saat ini adalah aktivitas perdagangan lambat laun memburuk dikarenakan campur tangan oleh pihak yang tidak beretika dan moral yang baik dalam menjalankan bisnis. Bisnis tidak lagi dijalankan dengan cara yang jujur dan adil. Hal ini dapat dibuktikan bahwa ada pedagang yang menghalalkan berbagai cara untuk menuai keuntungan pribadi tanpa peduli dengan hal yang dapat merugikan orang lain. Seperti contohnya yang terjadi dalam jual beli atau perdagangan, tidak sedikit pedagang yang mengelabui para pembeli, bahkan terkadang ada pedagang yang mendapat

keuntungan diluar batas. Hal ini terbukti bahwa masih banyak pedagang yang belum menerapkan etika bisnis secara baik.

Etika bisnis berfungsi sebagai pengatur terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standar of conduct*) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang. Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi (Johan, 2013) Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran PD pasar dalam membina penjual dan pembeli dalam transaksi di pasar dan mengidentifikasi perilaku-perilaku penjual dan pembeli di pasar tradisional.

Salah satunya yang ada di Pasar Kembang Surabaya, banyaknya pedagang yang masih menggunakan timbangan manual atau timbangan meja yang kekakuratannya masih diragukan dan belum diketahui apakah timbangan tersebut sudah memenuhi standard dan etika yang baik dan benar. Dengan ini saya memilih judul “Bisnis Komoditi Pertanian dalam Perspektif Etika Bisnis (studi kasus penjual dan pembeli di pasar kembang Surabaya).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa saja komoditas pertanian yang di perjualbelikan di Pasar Kembang Surabaya?
2. Perilaku-perilaku apa saja yang dilakukan penjual dan pembeli komoditas pertanian dalam perspektif etika bisnis di Pasar Kembang Surabaya ? Mengapa hal tersebut dilakukan?
3. Apa makna perilaku realitas di pasar pada transaksi komoditas pertanian dalam perspektif penjual dan pembeli ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi komoditas pertanian yang di perjualbelikan di Pasar Kembang Surabaya.
2. Untuk mengidentifikasi dan mengamati perilaku-perilaku penjual dan pembeli komoditas pertanian dalam perspektif etika bisnis di Pasar Kembang Surabaya.
3. Menganalisis makna perilaku realitas penjual dan pembeli dalam transaksi komoditas pertanian.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari tujuan penelitian diatas, adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan masukan, khususnya mengenai Bisnis Komoditi Pertanian Dalam Perspektif Etika Bisnis (Studi Pada

Penjual Dan Pembeli Di Pasar Kembang Surabaya) yang dapat digunakan untuk mahasiswa yang menggeluti studi ilmu agribisnis di dalam penelitian lebih lanjut.

## 2. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi dan dapat digunakan sebagai dasar masukan bagi pihak yang berkepentingan, masyarakat, dan pemerintah untuk dijadikan perhatian agar lebih maksimal dalam menerapkan dan mengembangkan bisnis komoditi pertanian agar dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengelolaan perusahaan yang baik.

### **1.5. Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada menelaah atau meneliti suatu fenomena transaksi jual beli komoditas agribisnis di pasar kembang Surabaya khususnya penjual sembako (minyak, telur, beras) yang dalam praktiknya menggunakan alat timbangan. Adakalanya penjual tidak menimbang sesuai dengan kesepakatan pembelian dengan konsumen, sehingga akibat perbedaan timbangan itu penjual mendapatkan keuntungan sedangkan pembeli mengalami kerugian.