

SKRIPSI

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL DI DESA SIDOMULYO KECAMATAN TUNGKAL ILIR SUMATERA SELATAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM



Oleh :

M. Mahmud Ikhsan
NIM : 17131110030

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM (IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2021**

SKRIPSI

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL DI DESA SIDOMULYO KECAMATAN TUNGKAL ILIR SUMATERA SELATAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM



Oleh :

M. Mahmud Ikhsan
NIM : 17131110030

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM (IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2021**

PRASYARAT GELAR

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL
DI DESA SIDOMULYO KECAMATAN TUNGKAL ILIR
SUMATERA SELATAN
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
dalam Menyelesaikan Program Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

Oleh :

M. Mahmud Ikhsan
NIM : 17131110030

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM (IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

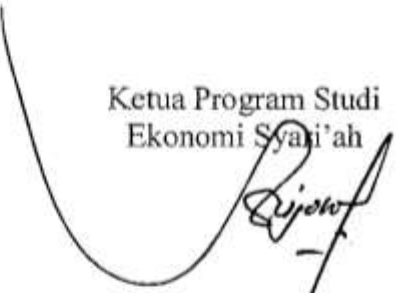
Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL DI DESA SIDOMULYO KECAMATAN TUNGKAL ILIR SUMATERA SELATAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian skripsi

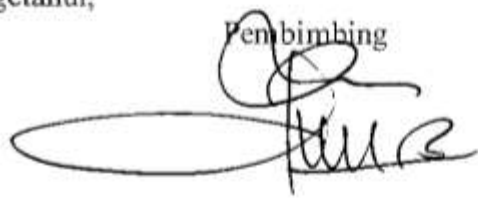
Pada Tanggal : 31 Juli 2021

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Drs. Edy Sujoko, MH
NIY : 3150514096301

Mengetahui,

Pembimbing


Muhamad Annas, SE., MH
NIY : 3150525126601

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Saudara **M. Mahmud Ikhsan** telah di munaqosahkan kepada dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi pada tanggal:

31 Juli 2021

dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

TIM PENGUJI:
Penguji Utama

Lilit Biati, SE., MM
NIY. 3150518038101

Penguji 1

Nawal Ika Susanti, S.Pd., M.Si
NIY. 3151212068801

Penguji 2

Muhamad Annas, SE., MH
NIY. 3150525126601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi



Lely Ana Ferawati Ekaningsih, SE., MH., MM., CRP
NIY. 3150425027901

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:



*“Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia
tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya
di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan”.* (Q.S. Al-Kahfi: 46).



Persembahan:

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tua tercinta yang merawatku, memberi dukungan, motivasi dan segala kebaikannya untukku, adik-adikku tersayang yang menjadi inspirator bagiku untuk selalu menjadi orang yang berwawasan luas dan mengasihi semua orang.

Juga untuk guru-guruku yang tak dapat kubalas jasa-jasanya. Tak lupa kepada sahabat, teman, dan orang-orang yang membantu, memberikan semangat, dan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah SWT. Aamiin.

HALAMA PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Bismillahirrahmaanirrahiim

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : M. Mahmud Ikhsan

NIM : 17131110030

NIMKO/NIRM : 2017.4.071.0729.1.000624 / -

Program Studi : Ekonomi Syariah

Alamat Lengkap : RT.12 RW.02 Desa Sidomulyo, Kecamatan Tungkal Ilir,
Kabupaten Banyuasin, Propinsi Sumatera Selatan.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- Skripsi ini tidak pernah diserahkan kepada lembaga perguruan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- Skripsi ini benar-benar hasil karya pribadi dan bukan merupakan hasil tindak kecurangan atas karya orang lain.
- Apabila kemudian hari ditemukan bahwa skripsi ini merupakan hasil dari tindak kecurangan, maka saya siap menanggung segala konsekuensi hukum yang dibebankan.

Banyuwangi, 30 Agustus 2021

Yang Menyatakan,



M. Mahmud Ikhsan

ABSTRAK

Ikhsan, M Mahmud. 2021. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungal Iir Sumatera Selatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Darussalam. Pembimbing: Muhamad Annas, SE, MH

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Pedagang Pasar, Ekonomi Islam

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis kerap menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur perilaku seseorang dalam kegiatan usaha atau berdagang, agar dalam usaha tetap sesuai dengan ajaran Islam dan mendapatkan keberkahan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan etika bisnis pedagang dalam transaksi jual beli di Pasar Tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungal Iir apabila ditinjau dari prinsip - prinsip etika bisnis Islam, serta untuk menganalisis kesesuaian penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungal Iir dengan perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara. Selanjutnya data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis interaktif Miles and Huberman dan diuji keabsahan datanya dengan triangulasi, dan perpanjangan pengamatan.

Hasil dari penelitian ini adalah etika pedagang di pasar Sidomulyo secara praktis telah sesuai dengan ekonomi Islam. Para pedagang menerapkan etika bisnis Islam dengan bersaing secara sehat, jujur dalam takaran dan timbangan, bersikap ramah, mendeskripsikan kualitas produk dengan jujur, dan memberikan harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan berkenaan dengan penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungal Iir Sumatera Selatan dalam perspektif ekonomi Islam disimpulkan bahwa pedagang telah menerapkan perilaku berdagang sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan.

ABSTRACT

Ikhsan, M Mahmud. 2021. Analysis of the Application of Islamic Business Ethics Traders At the Sidomulyo Traditional Market, Tungkal Ilir District, South Sumatra in Islamic Economic Perspective. Thesis, The Sharia-Economic Study Program. The Faculty of Economics and Islamic Business. Darussalam Islamic Institute. Mentor: Muhamad Annas, SE, MH

Keywords: Islamic Business Ethics, Market Traders, Islamic Economics

Along with the times, which are marked by very rapid economic developments, business competition is getting higher and higher. With such high competition, business people often use all means to gain profits, even business people often ignore ethics in running a business. Islamic business ethics plays a very important role in regulating a person's behavior in business or trading activities so that the business remains by Islamic teachings and gets blessings. The purpose of this study is to analyze the application of business ethics of traders in buying and selling transactions at the Sidomulyo Traditional Market, Tungkal Ilir District when viewed from the principles of Islamic business ethics, as well as to analyze the suitability of the application of Islamic business ethics to traders in the Sidomulyo traditional market, Tungkal Ilir District with an economic perspective. Islam.

This study uses descriptive qualitative research methods, with primary and secondary data sources. Collecting data in this study using the method of observation and interviews. Furthermore, the data collected were analyzed using Miles and Huberman interactive analysis and tested the validity of the data by triangulation, and extended observations.

The result of this research is that the ethics of traders in the Sidomulyo market is practically by Islamic economics. Traders apply Islamic business ethics by competing healthily, being honest in measurements and scales, being friendly, describing product quality honestly, and providing prices according to the quality of the products offered.

From the research that the researchers conducted regarding the application of Islamic business ethics for traders in the Sidomulyo traditional market, Tungkal Ilir District, South Sumatra in an Islamic economic perspective, it was concluded that traders had implemented trading behavior by predetermined indicators.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT. atas limpahan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “analisis penerapan etika bisnis islam pedagang di pasar tradisional sidomulyo kecamatan tungkal ilir sumatera selatan dalam perspektif ekonomi islam”. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya semoga Allah SWT. memberikan perlindungan, kesehatan, dan pahala yang berlipat ganda atas segala kebaikan yang telah dicurahkan kepada penulis selama ini.

Secara khusus penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi – tingginya kepada:

1. Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi
2. Dr. H. Ahmad Munib Syafa’at, Lc., M.E.I selaku Rektor Institut Agama Islam Darussalam Blokagung
3. Lely Ana Ferawati Ekaningsih, SE., MH., MM., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Drs. Edy Sujoko, MH selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
5. Muhamad Annas, SE., MH selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan skripsi ini.

6. Sudarman selaku Kepala Desa Sidomulyo
7. Seluruh pengurus pasar Sidomulyo
8. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darussalam
9. Dan semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya do'a kepada Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Pengasih, semoga kebaikan beliau semua mendapat balasan dari-Nya. Penulis menyadari bahwa manusia adalah tempatnya salah dan lupa, demikian pula dengan skripsi ini tentunya masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap akan kritik dan saran yang konstruktif. Dan atas segala kehilafan dalam penulisan skripsi ini penulis mohon maaf sebagai insan yang dho'if.

Akhirnya kepada Allah yang Maha Sempurna, penulis kembalikan segala suatunya dengan harapan semoga skripsi ini tersusun dengan ridho-Nya serta memberikan manfaat. Aamiin.

Penulis

DAFTAR ISI

(Halaman)

Halaman Sampul Luar	
Halaman Sampul Dalam	i
Halaman Prasyarat Gelar.....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto Dan Persembahan	v
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	vi
Halaman Abstrak	vii
Halaman Abstract	viii
Halaman Kata Pengantar	ix
Halaman Daftar Isi	xi
Halaman Daftar Tabel	xiii
Halaman Daftar Gambar	xiv
Halaman Transliterasi	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Masalah Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Kegunaan Penelitian	5
1.5.1 Kegunaan Teoritis	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	5
BAB 2 LANDASAN TEORI	6
2.1 Teori-teori yang berkaitan dengan penelitian	6
2.1.1 Etika Bisnis Islam	6
2.1.2 Ekonomi Islam	13
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	37
2.3 Alur Pikir Penelitian	39
BAB 3 METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	41
3.3 Informan	41
3.4 Data Dan Sumber Data	42
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	43
3.6 Keabsyahan Data	44
3.7 Alat Analisis Data	45
BAB 4 TEMUAN DATA LAPANGAN	47
4.1 Gambaran Data Lapangan	47
4.2 Verifikasi Data Lapangan	52

BAB 5 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	64
5.1 Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Sidomulyo	64
5.2 Kesesuaian Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Tradisional Sidomulyo Dengan Perspektif Ekonomi Islam	72
BAB 6 PENUTUP	77
6.1 Kesimpulan	77
6.2 Implikasi Penelitian	78
6.2.1 Implikasi Teori	78
6.2.2 Implikasi Kebijakan	78
6.3 Keterbatasan Penelitian	78
6.4 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4.1 Susunan Pengurus Pasar Desa Sidomulyo	47
Tabel 4.2 Jenis Tempat dan Jumlah Pedagang	49
Tabel 4.3 Jenis dan Jumlah Pedagang Pasar Sidomulyo	50
Tabel 4.4 Informan	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian	39
Gambar 4.1 Jalur Distribusi Barang Kepada Konsumen	51

TRANSLITERASI ARAB - LATIN

Untuk kata yang sudah diserap atau sering digunakan dalam bahasa Indonesia, penulisannya disesuaikan dengan ejaan yang berlaku dalam bahasa Indonesia. Untuk kata yang belum diserap atau jarang digunakan dalam bahasa Indonesia, penulisannya sesuai dengan ketentuan berikut:

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	-	ز	Z	ق	Q
ب	B	س	S	ك	K
ت	T	ش	Sy	ل	L
ث	Ts	ص	Sh	م	M
ج	J	ض	Dl	ن	N
ح	Ch	ط	Th	و	W
خ	Kh	ظ	Dh	ه	H
د	D	ع	`	ء	'
ذ	Dz	غ	Gh	ي	Y
ر	R	ف	F	-	-

Catatan:

1. Konsonan yang bertasydid/syaddah ditulis dengan rangkap. Misalnya رَبَّنَا ditulis robbana.
2. Vokal panjang (mad) ditulis dua huruf; Fathah (baris diatas) ditulis aa, kasrah (baris dibawah) ditulis ii, serta dammah (baris didepan) ditulis dengan uu. Misalnya القارعة ditulis al-qaari'ah, المساكين ditulis al-masaakiin, المفلحون ditulis al-muflihuun.

3. Kata sandang alif+lam (ال) bila diikuti oleh huruf qamariyah ditulis al, misalnya الكافرون ditulis al-kaafiruun. Sedangkan bila diikuti oleh huruf syamsiyah, huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya الرجال ar-rijaal.
4. Ta` marbutoh (ة) bila terletak diakhir kalimat ditulis h, misalnya البقرة ditulis al-baqoroh. Bila ditengan kalimat ditulis t, misalnya زكاة المال zakaatu al-maal.
5. Penulisan kata dalam kalimat dilakukan menurut tulisannya, misalnya وهو خير الرازقين ditulis wa huwa khoiru ar-rooziqin.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pasar selama ini mempunyai fungsi yang penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Perdagangan mempunyai peran yang penting dalam menggerakkan roda perekonomian, salah satu alasannya ialah karena tidak seorangpun dapat memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Dalam Islam profesi sebagai pedagang sangat dianjurkan. Berdagang merupakan profesi yang mulia, karena berdagang merupakan salah satu bentuk ibadah dimana kegiatan yang dilakukan tidak hanya untuk kepentingan sendiri melainkan kepentingan orang banyak.

Pasar sesuai dengan perkembangannya, ada yang disebut dengan pasar tradisional dan ada yang disebut dengan pasar modern. Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, dilaksanakan dengan manajemen tanpa perangkat teknologi modern dan mereka lebih memiliki golongan pedagang menengah ke bawah dan tersebar, baik di kampung-kampung, kota-kota kecil dan kota-kota besar. Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai 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. Fenomena kecurangan yang kerap terjadi di pasar tradisional antara lain kecurangan dalam berat timbangan seperti penjualan dengan berat 1kg yang sebenarnya hanya 800 atau 900 gram. Kecurangan dalam takaran pada saat menjual menggunakan takaran yang berbeda dengan takaran yang digunakan saat kulakan. Kecurangan dalam ukuran seperti penjualan kain 1 meter yang sebenarnya hanya 90 cm. Dan pedagang yang memiliki dua alat timbangan atau lebih, timbangan yang benar digunakan saat kulakan dan timbangan yang salah digunakan untuk menjual (Mujahidin, 2017:143).

Kejujuran merupakan syarat mendasar daalam kegiatan berbisnis yang diajarkan islam. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah SWT:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
 الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ
 مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat

kerusakan” (Q.S. Asy-Syu`ara’: 181-183). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 374)

Ayat tersebut diatas telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang menjadi satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis. Etika bisnis dalam Islam berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang mendzalimi dan terdzalimi. Dalam berdagang untung merupakan suatu hal yang terpenting, untuk mendapat untung inilah kadang para pelaku bisnis melakukan hal-hal yang tidak bermoral (beretika).

Ekonomi Islam dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang permasalahan ekonomi yang timbul dari setiap individu dalam bermasyarakat dengan memperhatikan dan telah mengambil langkah-langkah untuk mencegah dampak negatif dari ketidakadilan ekonomi (Haneef dalam Andriani, 2020:7). Prinsip dari perekonomian Islam dimaksudkan agar terbentuk kesejahteraan umat dan tidak menimbulkan suatu kerusakan, dengan demikian pelaku ekonomi Islam harus menjaga alam agar tidak menjerumus kepada kerusakan.

Kondisi dan permasalahan tersebut merupakan awal dari alasan mendasar untuk melanggar etika bisnis yang telah ada demi untuk mendapatkan keuntungan yang besar dengan modal yang kecil. Dalam kasus ini peneliti akan menggunakannya sebagai bahan untuk dijadikan penelitian dengan judul Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Tradisional Di Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Sumatera Selatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

1.2 Fokus Penelitian

Penjabaran dari latar belakang diatas menjadi permasalahan dasar yang diteliti dengan memfokuskan masalah pada pembahasan bagaimanakah kesesuaian antara penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir dengan perspektif ekonomi Islam?

1.3 Masalah Penelitian

Fokus penelitian menjadi fundamental untuk merumuskan masalah penelitian yang tersusun sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir?
2. Bagaimanakah kesesuaian penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir dengan perspektif ekonomi Islam?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis penerapan etika bisnis pedagang di Pasar Tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam.
2. Untuk menganalisis kesesuaian penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir dengan perspektif ekonomi Islam.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dibidang Etika Bisnis Islam dan Ekonomi Islam.

1.5.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi di bidang Ekonomi Islam dan Etika Bisnis Islam khususnya yang berkaitan dengan perilaku pedagang di pasar tradisional.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai bahan acuan, rujukan, atau referensi bagi penelitian selanjutnya dengan menggunakan tema yang sama secara lebih kreatif untuk merancang dan menyusun penelitian.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Teori-teori yang berkaitan dengan penelitian

2.1.1 Etika Bisnis Islam

A. Definisi Etika Bisnis Islam

Badroen (2015:15) mendefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus memiliki kepercayaan atau komitmen dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi dengan banyak orang guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat dan mencapai harta yang halal. Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam merupakan kode etik ataupun aturan yang dilandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits yang harus dijadikan sebagai pedoman oleh siapapun dalam menjalankan aktivitas bisnis (Badroen 2015:15).

B. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

1. Prinsip Ketauhidan (*unity*)

Badroen (2015:89) menjelaskan konsep tauhid berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batasan-batasan tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.

Seperti yang telah kita ketahui bahwa ketauhidan berarti berkaitan dengan ke-Esaan Tuhan yang notabennya

adalah pencipta umat. Maksudnya pada prinsip ini diperlukan landasan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupan. Dalam ajaran *tauhid* atau *ilahiyah* ini berpegang teguh pada keridhoan Allah semata. Tatacara yang dilakukan hendaknya disesuaikan dengan syariah-Nya, kegiatan bisnis dan distribusi harus dikaitkan dengan *ilahiyah* demi tercapainya *falah*.

2. Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Prinsip ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya (Hidayat, 2019:98).

Prinsip ini mengandung arti yang mendasar sekali, maksudnya ialah dalam mencari rezeki seseorang harus memperolehnya dengan cara yang halal dan baik pula tanpa adanya larangan dalam al-qur'an keadilan ini dalam melakukan usaha atau bisnis berfungsi untuk menjaga

kepercayaan konsumen. Dengan menjaga kepercayaan konsumen maka usaha yang dilakukan akan mendapatkan apresiasi yang baik dari konsumen dengan cara agar pelaku bisnis memperlakukan setiap orang dengan perlakuan yang sama sesuai porsi adil setiap orang dengan kriteria yang rasional atau dapat diukur, secara objektif dan dapat dipertanggungjawabkan, tujuannya disini adalah agar tidak ada pihak yang merasa dirinya dirugikan baik hak maupun kepentingannya.

3. Prinsip Kehendak Bebas (*Ikhtiar/freewill*)

Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat sendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan dimuka bumi ini. Namun, perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanya milik Allah SWT semata. Prinsip kehendak bebas diwujudkan dengan saling menghormati dan menghargai antar pedagang serta tidak memberikan harga di bawah harga standar untuk menarik pembeli (Athar, 2020:127).

Kehendak bebas ini dapat diartikan bahwa setiap manusia sebagai individu pada dasarnya memiliki kehendak bebas dan memegang kendali atas segala aktivitas bisnisnya. Pada kehendak bebas ini pelaku bisnis diberikan

kebebasan dalam menentukan jenis usaha bisnisnya hal ini bertujuan untuk mengasah kreatifitas untuk berkarya atas segala potensi yang telah dimilikinya untuk berkompetisi di bidang bisnis kecuali dengan hal-hal yang telah dilarang dalam ajaran agama Islam seperti halnya ketidakadilan dan riba.

4. Prinsip Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari Kiamat kelak (Badroen, 2015:100).

Pada prinsip tanggung jawab ini akan dibagi menjadi dua sisi, sisi vertikal dan sisi horizontal. Dimana sisi pertama bentuk pertanggungjawaban vertikal yaitu bentuk pertanggung jawaban atas perilaku yang dilakukan kepada sang pencipta (Allah) dan sisi kedua adalah bentuk pertanggungjawaban horizontal dimana tanggung jawab yang harus dilakukan kepada masyarakat atau konsumen. Tanggungjawab dalam dunia bisnis seharusnya dilakukan secara transparan atau keterbukaan pelayanan yang optimal dan berbuat baik dalam segala urusan. Pada intinya seorang

individu wajib mempertimbangkan pertanggung jawaban atas segala hal yang telah dilakukan.

5. Prinsip Kemanfaatan (*Benevolence*)

Benevolence artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakanakan melihat Allah Swt, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah Swt melihat (Badroen, 2015:102).

Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun akhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat, bahkan makhluk lain seperti binatang, tumbuhan, dan alam.

C. Fungsi Etika Bisnis Islam

Jika kita simak dan telaah lebih baik mengenai Etika Bisnis Islam, pada dasarnya hal yang ingin dicapai pada etika bisnis Islam adalah suatu kemaslahatan umat yaitu melalui kejujuran yang telah dilakukan oleh masing-masing individu. Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah (Arifin dalam Roihuddin, 2018:33):

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai peranan untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama etika bisnis Islam. Dan caranya, biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
3. Etika bisnis, terutama etika bisnis Islam juga dapat berperan memberikan suatu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk kepada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah (Arifin dalam Roihuddin, 2018:33).

D. Indikator Pemahaman Etika Bisnis

Dari berbagai sudut pandang yang berkaitan dengan etika bisnis, ada beberapa indikator yang dapat dipergunakan untuk menyatakan apakah seseorang atau pelaku usaha telah melaksanakan/menerapkan etika bisnis dalam kegiatan usahanya, antara lain sebagai berikut (Ernawan dalam Wati, 2021:188):

1. Indikator Etika Bisnis Menurut Ekonomi

Apabila perusahaan atau pelaku bisnis telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.

2. Indikator Etika Bisnis Menurut Peraturan Khusus Yang Berlaku

Berdasarkan indikator ini seseorang pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan- aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.

3. Indikator Etika Bisnis Menurut Hukum

Seseorang atau suatu perusahaan dikatakan telah melaksanakan etika bisnis apabila pelaku bisnis atau suatu perusahaan telah mematuhi segala norma.

4. Indikator Etika Berdasarkan Ajaran Agama

Pelaku bisnis dianggap beretika bilamana dalam pelaksanaan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya.

5. Indikator Etika Berdasarkan Nilai Budaya

Setiap pelaku bisnis baik secara individu maupun kelembagaan telah menyelenggarakan bisnisnya dengan hukum yang berlaku, mengakomodasi nilai-nilai budaya

dan adat istiadat yang ada di sekitar wilayah operasi suatu perusahaan, daerah, dan suatu bangsa.

6. Indikator Etika Bisnis Menurut Masing-Masing Individu

Apabila masing-masing pelaku bisnis secara individu dengan sadar bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritas pribadinya.

2.1.2 Ekonomi Islam

A. Pengertian Ekonomi Islam

Pada hakikatnya, belum ada definisi yang baku mengenai ekonomi Islam. S M Hasanuzzaman mendefinisikan ilmu ekonomi Islam sebagai pengetahuan dan aplikasi ajaran-ajaran dan aturan-aturan syariah yang mencegah ketidak-adilan dalam pencarian dan eksplorasi berbagai macam sumber daya, untuk memberikan kepuasan (*satisfaction*) lahir dan batin bagi manusia serta memungkinkan mereka melaksanakan seluruh kewajiban mereka terhadap Sang Kholiq dan masyarakat (Rahardjo dalam Adinugraha, 2013:50).

Munawar Iqbal mendefinisikan ekonomi Islam sebagai sebuah disiplin ilmu yang menjadi cabang dari syariat Islam. Dalam perspektif agama Islam, wahyu dipandang sebagai sumber utama ilmu pengetahuan dan teknologi (*mamba'ul 'ilmi*). Kemudian al-Qur'an dan al-hadits dijadikan sebagai sumber rujukan untuk menilai teori-teori baru berdasarkan

doktrin-doktrin ekonomi Islam (Sudarsono dalam Adinugraha, 2013:51).

B. Prinsip Ekonomi Islam

Beberapa prinsip-prinsip sistem ekonomi Islam, sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Quran dan As-Sunnah, dibahas sebagai berikut (Chaudhry, 2014: 41-46):

1. Allah Menentukan Benar dan Salah

Menentukan perkara yang halal dan perkara yang haram adalah hak prerogatif Allah semata, tidak selain-Nya. Allah menarik garis antara halal dan haram dalam bidang ekonomi dan memungkinkan manusia untuk menikmati apa yang dihalalkan dan menjauhi apa yang diharamkan. Al-Qur'an menjelaskan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ
وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٧٧﴾ وَكُلُوا
مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَلًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ
بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٧٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari

apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya” (Q.S. Al-Ma’idah: 87-88). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 122)

2. Prinsip Penggunaan

Dalam kerangka halal dan haram yang ditetapkan oleh Allah, manusia diperbolehkan untuk mengambil manfaat dari karunia Allah kepadanya. Namun, prinsip penggunaan tidak memungkinkan untuk melangkah terlalu jauh dalam halal, yang mengarah pada penggunaan berlebihan dan pemborosan sumber daya ekonomi. Al-Qur'an menjelaskan hal ini sebagaimana disampaikan kepada seluruh umat manusia:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰزِيۡتَكَ مِمَّا عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوۡا
وَشَرَبُوۡا وَلَا تُسْرِفُوۡا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (Q.S. Al-A’raaf: 31). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 154)

3. Prinsip Pertengahan

Islam melarang pemeluknya untuk melampaui batas dan ekstrem. Umat Islam disebut oleh Al-Qur'an sebagai umat tengah-tengah. Dalam Al-Qur'an dijelaskan:

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى
النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۗ وَمَا جَعَلْنَا
الْقِبْلَةَ الَّتِي كُنْتَ عَلَيْهَا إِلَّا لِنَعْلَمَ مَنْ يَتَّبِعُ الرَّسُولَ
مِمَّنْ يَنْقَلِبُ عَلَىٰ عَقْبَيْهِ ۗ وَإِنْ كَانَتْ لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى
الَّذِينَ هَدَىٰ اللَّهُ ۗ وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضِيعَ إِيمَانَكُمْ ۗ إِنَّ
اللَّهَ بِالنَّاسِ لَرءُوفٌ رَّحِيمٌ ﴿١٤٣﴾

Artinya: “Dan demikian (pula) Kami telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. dan Kami tidak menetapkan kiblat yang menjadi kiblatmu (sekarang) melainkan agar Kami mengetahui (supaya nyata) siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang membelot. dan sungguh (pemindahan kiblat) itu terasa Amat berat, kecuali bagi orang-orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah; dan Allah tidak akan menyia-nyiakan imanmu. Sesungguhnya Allah Maha Pengasih lagi Maha Penyayang kepada manusia” (Q.S. Al-Baqarah: 143). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 22)

Prinsip pertengahan sangat penting, terutama dalam bidang ekonomi. Prinsip ini diikuti oleh mereka yang benar-benar beriman, baik pada produksi dan konsumsi. Meskipun secara hukum diperbolehkan untuk memperoleh kekayaan, jiwa yang saleh meminta seorang Muslim untuk tidak menjadi gila kekayaan seperti materialis serakah. Demikian

juga, dalam hal konsumsi dan pengeluaran kekayaan, orang beriman disarankan untuk menyeimbangkan antara kikir dan berlebihan.

4. Kebebasan Ekonomi

Prinsip kebebasan ekonomi Islam berarti bahwa Allah telah memberikan kebebasan kepada individu untuk mencari, memiliki, menikmati, dan membelanjakan uangnya sesuka hatinya. Prinsip ini juga berarti kebebasan untuk memilih profesi, bisnis atau pekerjaan untuk mencari nafkah. Namun Islam tidak memberikan kebebasan tanpa batas dalam bidang ekonomi. Sebagaimana dinyatakan di atas, Islam membedakan antara halal dan haram.

5. Prinsip Keadilan

Prinsip-prinsip keadilan dalam Islam berlaku di semua bidang aktivitas manusia, baik itu hukum, sosial, politik dan ekonomi. Faktanya, sistem ekonomi Islam didasarkan pada prinsip keadilan ini, yang mencakup semua aspek fundamental ekonomi seperti produksi, distribusi, konsumsi, dan pertukaran. Islam melarang pemusatan kekayaan di tangan segelintir orang dan memastikan peredarannya di masyarakat dengan adil, tidak hanya melalui pendidikan dan pelatihan moral, tetapi juga melalui aturan hukum yang efektif. Sistem sedekah, zakat,

pemberian sukarela, serta hukum waris, membantu dalam distribusi kekayaan antar kelas dalam masyarakat secara adil.

C. Nilai Ekonomi Islam

Nilai-nilai dasar ekonomi Islam terdiri dari nilai dasar kepemilikan, nilai dasar keadilan, nilai dasar keseimbangan, nilai dasar kebebasan, dan nilai kebersamaan (Latif, 2014:164). Islam dijadikan sebagai doktrin mendasar aktivitas masyarakat muslim dalam berbisnis pada sumber primer dan sekunder. Maksudnya disini yang dijadikan sebagai sumber ajaran primer yaitu Al-qur'an dan al-Hadits sedangkan disini yang berperan sebagai sumber sekunder adalah ijihad para ulama.

1. Al-Qur'an

Al-Qur'an merupakan sumber Islam yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW untuk disampaikan kepada umatnya sebagai tuntunan, pedoman ajaran-ajaran agama Islam untuk mencapai keselamatan di dunia maupun di akhirat. Di dalam Al-Qur'an terkandung beberapa nilai-nilai pokok yaitu:

a) Perjudian

Perjudian di dalam Al-Qur'an dilarang secara tegas secara mutlak dan dianggap sebagai perbuatan syaitan yang identik dengan kejahatan. Perjudian yang

dilarang tidak hanya yang berupa permainan, akan tetapi semua aktifitas yang didalamnya mengandung unsur pengaduan nasib.

b) Riba

Riba dapat diartikan sebagai tambahan keuntungan dari pokok pinjaman secara berlebihan. Kegiatan yang mengandung riba ini sangat ditentang karena riba dapat merugikan orang lain.

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوًا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوًا عِنْدَ اللَّهِ^ط وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Artinya: “Dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)” (Q.S. Ar-Ruum: 39). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014:408)

Didalam surat lain juga dijelaskan tentang riba, seperti yang tercantum dalam surat Ali-Imran ayat 130 berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا
 مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan*”. (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 66)

c) Menafkahkan Harta

Infaq adalah memberikan harta tanpa kompensasi apapun Al-Quran memerintahkan agar orang mampu menginfakkan sebagian hartanya. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menafkahkan hartanya adalah dengan memberikan harta tersebut kepada keluarga dekatnya yang dianggap kurang mampu.

d) Menunaikan Zakat

Dalam ajaran Islam zakat dilaksanakan atas dasar perintah Allah, dimana artinya zakat hukumnya wajib 'ain. Zakat ini bertujuan untuk meminimalisir adanya disequilibrium antara si kaya dan si miskin.

2. Al-Hadits

Al-Hadits merupakan sumber hukum kedua setelah Al-Qur'an yang dijadikan pedoman oleh umat Islam. Ada beberapa nilai-nilai etika yang terkandung dan ditegaskan

dalam al-Hadits yang menjadi dasar dalam kegiatan ekonomi, diantaranya sebagai berikut:

a) Penipuan (*Ghabn*)

Ghabn adalah membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi dari harga rata-rata (harga normal), atau dengan harga yang lebih rendah dari rata-rata.

b) Penipuan dalam jual beli (*Tadlis*)

Tadlis adalah penipuan yang dilakukan dalam kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual ataupun pembeli. Penipuan yang dapat dilakukan oleh pihak penjual seperti menyembunyikan cacat barang padahal ia telah mengetahui, selain itu penipuan yang dilakukan oleh penjual yaitu memberikan spesifikasi barang yang dijual tidak sesuai dengan kondisi barang yang sebenarnya. Pembeli juga dapat melakukan penipuan apabila pembeli merendahkan harga barang yang ia beli sebelumnya dengan membandingkan harga barang sebelumnya dengan lebih murah.

c) Penimbunan (*Ikhtikat*)

Penimbunan adalah mengumpulkan barang yang satu massa dimana barang tersebut akan menjadi langka dan otomatis harga barang akan melonjak naik disinilah penimbun akan menjualnya dengan harga yang mahal.

Kegiatan ini tentunya sangat dilarang karena dapat merugikan orang lain.

3. Ijtihad

Sumber primer dalam perekonomian Islam adalah al-Qur'an dan Hadits yang jadi haluan umum bagi aktifitas perekonomian. Namun karena adanya perkembangan zaman dimana banyak terdapat perilaku ekonomi yang tidak disebutkan dalam kedua sumber tersebut diperlukan cara-cara penggalian hukum untuk menjawab masalah yang dihadapi yang tentu saja harus dalam batas-batas yang ada dalam sumber hukum al-Qur'an dan Hadits. Inilah yang dinamakan dengan ijtihad.

D. Transaksi Jual Beli Dalam Islam

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah bahasa Arab diambil dari kata (البيع) yang memiliki arti mengganti, menjual atau menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Seringkali dalam bahasa arab kata (البيع) diartikan kebalikannya yakni beli, jadi kata tersebut memiliki dua pengertian sekaligus, yakni “jual” dan “beli” (Hasan dalam Lesmana, 2020:179). Pengertian dalam KBBI (n.d.) jual beli adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, yakni pihak yang menyerahkan

barang, dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.

2. Jual Beli Islami

Jual beli menurut ilmu fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat (Haroen dalam Rinawati, 2020:22).

Dalam Islam, transaksi jual beli memiliki rukun dan syarat yang harus terpenuhi sehingga terbilang sah oleh syara'. Menurut *jumhur ulama* rukun jual beli di antaranya: '*aqidain* (penjual dan pembeli), barang yang diperjual belikan, *sighat* (ucapan *ijab qobul*), dan ada nilai tukar pengganti barang (Ghazaly dalam Lesmana, 2020:180). Sedangkan syarat jual beli antara lain (Zuhaili dalam Lesmana, 2020:180):

- a. Syarat orang yang berakad
 - 1) *Baligh* dan berakal
 - 2) Saling ridha
- b. Syarat *sighat*
 - 1) Ada kesesuaian antara *ijab* dan *qabul*
 - 2) Tidak dibatasi waktu
 - 3) Satu majlis

- c. Syarat objek transaksi (*ma'qud 'alayh*)
 - 1) Keberadaannya jelas
 - 2) Bermanfaat dan dapat dimanfaatkan
 - 3) Ada yang memiliki
- d. Syarat nilai tukar pengganti barang (harga barang)
 - 1) Harga yang disepakati harus jelas
 - 2) Barang boleh diserahkan pada waktu akad
 - 3) Barang yang dijual atau ditukarkan tidak boleh barang yang dilarang oleh hukum syara'.

3. Dasar Hukum Jual Beli

Landasan atau dasar hukum mengenai jual beli disyariatkan berdasarkan Al-Qur'an, Hadits Nabi, dan Ijma'. Pelaksanaan transaksi jual beli telah menetapkan tata aturan yang secara detail disebutkan dalam ilmu fiqh muamalah atau ilmu fiqh yang mempelajari hubungan antara manusia dengan manusia. Adapun dasar hukum yang menjelaskan tentang diperbolehkannya jual beli adalah:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي
 يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ
 مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُد

مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ ۖ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ^ط
 وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ^ط

Artinya: “Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya” (QS. Al-Baqarah : 275). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 47)

Ayat diatas menegaskan bahwa jualbeli merupakan perkara yang berbeda dengan riba. Didalam ayat tersebut juga dijelaskan halalnya hukum jual beli dengan baik dan melarang atau mengharamkan jual beli yang didalamnya mengandung unsur atau praktek ribawi. Allah SWT adalah Dzat yang maha mengetahui atas hakikat segala persoalan kehidupan. Maka, jika dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan, maka akan diperintahkan kepada umat manusia untuk dilaksanakan. Sebaliknya jika suatu perkara menyebabkan keburukan, maka Allah SWT. akan melarangnya untuk dilakukan. Baik melalui Al-Qur’an maupun Hadits Nabi.

4. Pasar

a. Pengertian Pasar

Secara sederhana pasar memiliki arti tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan suatu transaksi, seperti dalam KBBI (n.d.) pasar adalah tempat orang berjual beli. Dalam pengertian ini berarti pasar dijadikan sebagai wadah yang memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual akan bertemu.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 42 Tahun 2007 mendefinisikan pasar sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi, sarana interaksi sosial budaya masyarakat, dan pengembangan ekonomi masyarakat.

Dalam pasar terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan sebuah transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa yang didasarkan atas dasar kerelaan diantara kedua pihak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pasar memiliki arti sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar akan barang dan tempat terjadinya berbagai penawaran dan permintaan sehingga mulai

dari sinilah sebuah kesepakatan akan harga terbentuk dengan sendirinya.

b. Macam-macam Pasar

1) Pasar Tradisional

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 42 Tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda, atau *nama lain sejenisnya*, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan model kecil, dengan proses jual beli melalui tawar menawar.

Pasar tradisional merupakan suatu tempat yang mempertemukan antara penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya sebuah transaksi secara langsung dengan melalui proses tawar menawar sampai menemukan harga yang mereka sepakati bersama. Bangunan pasar tradisional pada umumnya terdiri dari berbagai kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang disediakan oleh penjual maupun suatu pengelola pasar.

2) Pasar Modern

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 42 Tahun 2007 mendefinisikan pasar modern sebagai pasar yang dibangun oleh Pemerintah, swasta atau koperasi yang berbentuk *Mall, Hypermarket, Supermarket, Department Store, Shopping Centre, Mini Market*, yang pengelolaannya dilaksanakan secara modern, mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada pada satu tangan, bermodal kuat dan dilengkapi label harga yang pasti. Di pasar modern tidak terdapat proses tawar menawar.

5. Pedagang

a Definisi Pedagang

Dalam suatu aktivitas perdagangan, pedagang seringkali menawarkan produknya kepada konsumen baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Pedagang menjalankan usaha perdagangan dimana suatu usaha yang kegiatannya tukar menukar barang atau jasa dimana pembeli akan menukar barang atau jasa dengan sejumlah uang yang diinginkan.

Dalam KBBI (n.d.), pedagang diartikan sebagai orang yang mencari nafkah dengan berdagang.

Sedangkan menurut Hidayat, pedagang adalah orang atau badan yang melakukan aktivitas jual beli barang ataupun jasa baik di pasar maupun dimanapun tempat yang produktif (Andriani, 2020:34).

b Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional

Perilaku dalam KBBI (n.d.) diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Perilaku merupakan suatu tindakan yang dapat dengan mudah kita amati dan memiliki frekuensi, durasi dan tujuan baik disadari maupun tidak disadari. Perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuan yang bersifat rasional tetapi juga tergantung pada nilai atau norma yang telah diyakini. Dengan ini perilaku pedagang tidak hanya tentang benar ataupun salah tetapi juga harus mempertimbangkan faktor baik atau buruk menurut etika.

Tawar-menawar yang dilakukan antara pedagang dan pembeli merupakan suatu pola interaksi komunikasi yang dibangun antara penjual dan pembeli. Melalui kegiatan tawar-menawar ini pembeli maupun penjual dapat menentukan harga yang nantinya akan mereka sepakati. Pedagang yang menawarkan barang-

barang yang mereka jual dengan cara komunikasi yang baik dengan pelanggan akan menambah nilai positif bagi pedagang atas barang yang diperjualbelikan. Namun, pada saat ini hal ini juga menjadi momok bagi pelanggan dikarenakan barang yang ditawarkan dan digadang-gadang sebagai barang dengan kualitas terbaik seringkali tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah diberikan oleh pedagang (Andriani, 2020:39).

Dengan adanya komunikasi antara pedagang dan pembeli memungkinkan terjadinya *feedback* secara langsung saat itu juga, sehingga pedagang maupun pembeli dapat merespon secara langsung menangkap reaksi lawan bicara dan dapat langsung meresponnya kembali. Selain komunikasi yang baik dengan pembeli menjalin hubungan yang baik antar penjual di pasar juga sangat diperlukan guna memperbanyak jaringan di tempat mereka berjualan.

1) Perilaku Terpuji dalam Perdagangan

Menurut Imam Al-Ghazali (Alma dalam Andriani, 2020:41-43), ada enam sifat perilaku terpuji yang dilakukan dalam usaha perdagangan yaitu:

- a) Jujur dalam timbangan, perilaku jujur memang sangat dianjurkan bagi setiap individu. Dengan diterapkannya sikap jujur maka akan menambah kepercayaan seorang konsumen. Apabila seorang pedagang hanya memikirkan bagaimana ia memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan berperilaku mengurangi timbangan sudah jelas bahwa pedagang tersebut tidak menerapkan etika bisnis Islam.
- b) Tidak mengambil laba yang terlalu banyak, seperti yang lazim dalam dunia perdagangan. Jika dipikirkan lagi dari hal tersebut dapat diambil hikmahnya bahwasannya pada dunia nyata konsumen akan cenderung memilih barang dari penjual yang menawarkan barang lebih murah dari pedagang saingan yang dengan barang dagang sama apalagi jika diimbangi dengan pelayanan yang memuaskan maka konsumen akan lebih menyukai berbelanja pada pedagang tersebut. Hal terpenting dalam menjalankan usaha dagang adalah tidak terlalu mengambil keuntungan yang terlalu banyak

asalkan volume penjualan meningkat akan berdampak pada lakunya barang dagang sehingga disenangi oleh konsumen.

- c) Membayar harga agak lebih mahal kepada penjual yang miskin, ini adalah amal yang lebih baik daripada sedekah biasa. Artinya jika anda membeli barang dari seorang penjual, dan penjualnya itu seorang miskin atau seseorang yang perlu dibantu, maka lebihkanlah membayarnya dari harga yang semestinya.
- d) Memurahkan harga atau memberi *korting* kepada pembeli yang miskin, ini akan mendapatkan pahala yang berlipat ganda.
- e) Apabila membayar hutang pembayarannya dipercepat dari waktu yang telah ditentukan. Jika yang diutang berupa barang, maka usahakan dibayar dengan barang yang lebih baik. Dan yang berutang dating sendiri waktu pembayarannya kepada yang berpiutang.
- f) Membatalkan jual beli, jika pihak pembeli menginginkannya. Ini mungkin sejalan dengan prinsip *Customer Is King* dalam ilmu *marketing*. Maksudnya pedagang harus menempatkan

pembeli sebagai raja sehingga akan menimbulkan kepuasan konsumen yang nantinya akan mendatangkan hal baik bagi pedagang itu sendiri.

- g) Bila menjual bahan pangan kepada orang miskin secara cicilan, maka jangan ditaguh bila orang miskin tersebut tidak mampu membayarnya dan membebaskan mereka dari hutang apabila meninggal dunia.

2) Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pedagang

Banyaknya perilaku pedagang yang beragam, akan menimbulkan banyaknya tanggapan yang muncul dari pembeli, misalnya penjualan dan penawaran barang yang dianggap kurang memuaskan pembeli dengan cara tidak mengenakan sikap acuh, maka pembeli dengan enggan untuk membeli barang dari pedagang tersebut. Berikut adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang:

a) Takaran Timbangan

Takaran maupun timbangan adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah maupun

dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu untuk mendapatkan hasil keuntungan yang baik (Alma dalam Andriani, 2020:44).

b) Persaingan antar Sesama Pelaku Bisnis

Persaingan antar pelaku bisnis merupakan hal yang biasa terjadi dan tidak dapat dihindari dalam menjalankan suatu usaha bisnis. Bagi para pebisnis, persaingan yang dilakukan antar pelaku bisnis dapat berdampak negatif maupun berdampak positif bagi kelangsungan usahanya (Malaka, 2014:39). Persaingan yang berkonotasi negatif timbul karena anggapan pelaku bisnis bahwasanya pesaing bisnis dapat mengancam kelangsungan usahanya sehingga berkurangnya profit. Apabila hal ini terjadi, pelaku bisnis akan banyak melakukan tindakan, baik itu tindakan yang baik ataupun buruk demi kelangsungan usahanya. Sedangkan persaingan berdampak positif timbul apabila pelaku bisnis menganggap bahwa pesaing bisnisnya menjadi relasi bisnis

yang kemudian akan menjadikan bisnisnya lebih berkembang pesat.

c) Keramahan

Secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain (Uchrowi, dikutip dalam Falucky, 2017:17).

d) Kualitas Produk

Faktor yang terkandung dalam suatu produk adalah mutu/kualitas, penampilan (*features*), pilihan, gaya, merk, pengemasan, ukuran, jenis, macam, jaminan dan pelayanan. Tujuan utama strategi produk adalah untuk mencapai sasaran pasar dengan meningkatkan kemampuan dalam bersaing (Assa'diyah, 2019:20). Kualitas produk mencerminkan dimensi penawaran yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Kualitas produk merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pedagang

untuk memenangkan persaingan di pasar dengan memberikan perbedaan-perbedaan pada barang sesuai dengan spesifikasi.

e) Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas (Assa'diyah, 2019:23-24).

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan oleh setiap konsumen. Kualitas pelayanan ini memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen. Dengan semakin baiknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pedagang akan membawa dampak positif terhadap usaha yang dilakukan. Selain itu baiknya pelayanan yang diberikan meningkatkan kesetiaan konsumen serta keinginan untuk membeli kembali produk yang ditawarkan pedagang.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu terkait dengan Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Tradisional Di Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Sumatera Selatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam yang disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama, Judul, Tahun	Tautan	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Rizal Darwis, Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam, 2017	https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-izzah/article/view/534	Bagaimana praktik dan etika bisnis yang dilakukan oleh pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo perspektif hukum bisnis Islam.	Bagaimana pemahaman etika bisnis pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo. Bagaimana praktik penerapan etika bisnis yang dilakukan oleh pedagang muslim di Pasar Sentral Gorontalo.	Penelitian lapangan dengan metode kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan hukum bisnis Islam dan pendekatan sosiologi-ekonomi. Pengumpulan data melalui studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan angket. Data yang diperoleh diolah dan dianalisis secara deskriptif kualitatif.	Teori membahas tentang etika bisnis Islam Metode penelitian kualitatif	Pendekatan menggunakan hukum bisnis Islam dan sosiologi-ekonomi Pengumpulan data melalui studi kepustakaan
Jamaludin Dan Dudang Gozali, Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pasar Manaqib Tqn Suryalaya, 2018	http://jurnal.iailm.ac.id/index.php/mutawasith/article/view/129	Bagaimana perilaku para pedagang di pasar manaqib dalam perspektif etika bisnis Islam.	Bagaimana etika bisnis dalam Islam Apakah perilaku para pedagang di pasar manaqib sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan yuridis normative. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Sumber data berupa data primer dan sekunder dengan teknik analisis kualitatif.	Teori membahas tentang etika bisnis Islam Metode penelitian kualitatif	Menggunakan pendekatan yuridis normative Objek penelitian
Kataruddin Tiakoly Dkk., Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran Di Pasar Tradisional Gamalama, 2019	http://103.55.216.56/index.php/Iqtisaduna/article/view/10812	Bagaimana bentuk penerapan Etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., pada usaha pedagang barang campuran di pasar tradisional	Bagaimana konsep penerapan etika bisnis Islam dan bagaimana bentuk penerapan Etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., pada usaha pedagang barang campuran di pasar tradisional Gamalama	Jenis penelitian kualitatif deskriptif, sumber data primer dan sekunder, pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan Teknik Triangulasi.	Teori membahas tentang etika bisnis Islam Metode penelitian kualitatif	Objek penelitian

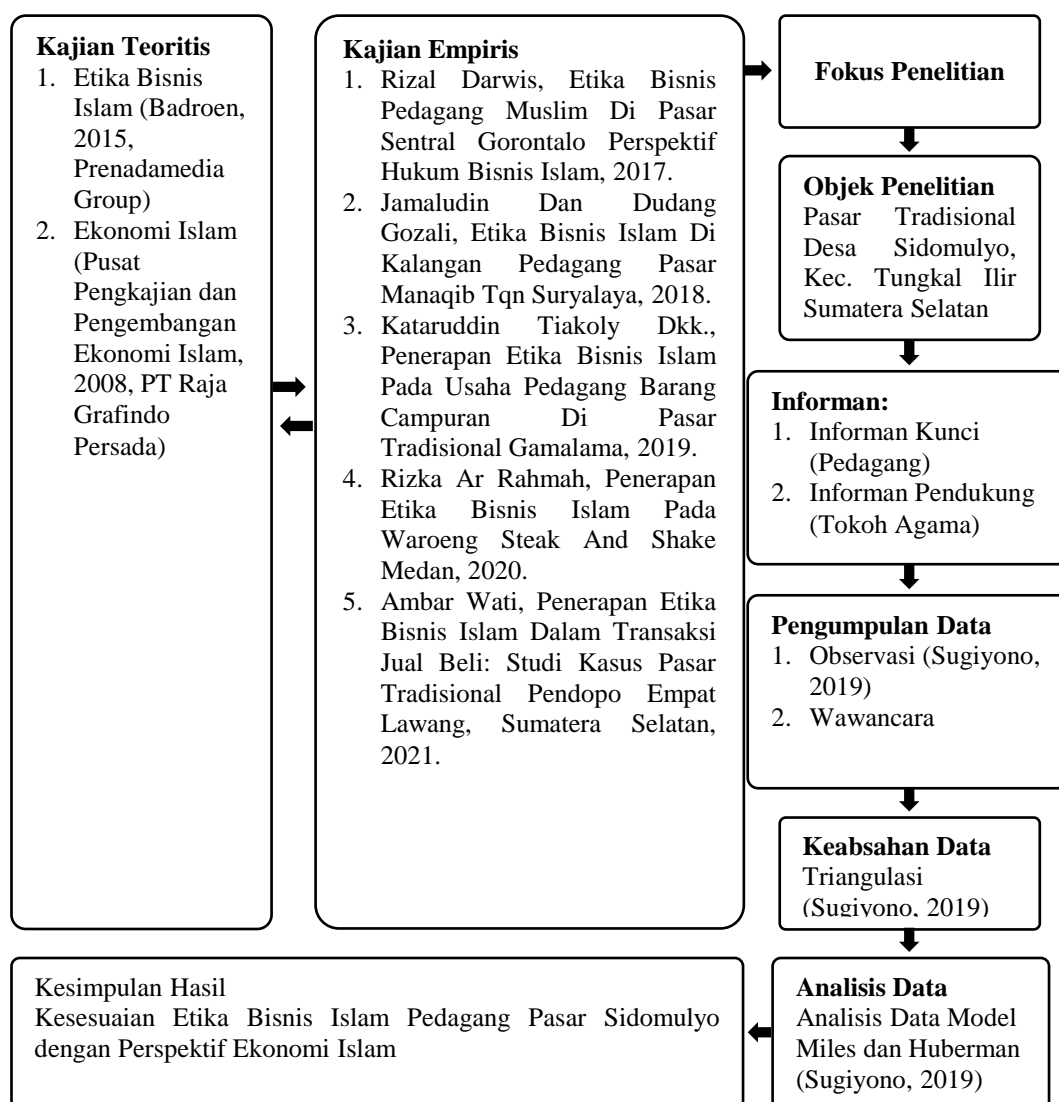
Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama, Judul, Tahun	Tautan	Fokus Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Rizka Ar Rahmah, Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Waroeng Steak And Shake Medan, 2020	http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/8091	Bagaimana penerapan etika bisnis islam di Waroeng Steak and Shake Cabang SM Raja Medan.	Bagaimana penerapan etika bisnis Islam di Waroeng Steak and Shake Cabang SM Raja Medan. Apa saja yang dilakukan Waroeng Steak and Shake dalam menerapkan etika bisnis islam.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan studi fenomenologi dengan teknik validasi data dilakukan dengan cara menggali informasi dari responden yang terkait dan dengan melakukan observasi langsung untuk verifikasi data.	Teori membahas tentang etika bisnis Islam Metode penelitian kualitatif	Menggunakan studi fenomenologi Objek penelitian
Ambar Wati, Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan, 2021	www.jurnal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/344	Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jualbeli di pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang.	Bagaimana etika bisnis dalam Islam. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jualbeli di pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang.	Metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Sumber data diperoleh dari data primer dan sekunder. Teknik analisis data menggunakan triangulasi.	Teori membahas tentang etika bisnis Islam Metode penelitian kualitatif	Objek penelitian
M. Mahmud Ikhsan, Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Tradisional Di Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Sumatera Selatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam, 2021	-	Bagaimanakah penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir?	Bagaimanakah penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir? Bagaimanakah kesesuaian penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir dengan perspektif ekonomi Islam?	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara. Selanjutnya data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis interaktif Miles and Huberman dan diuji keabsahan datanya dengan triangulasi, dan perpanjangan pengamatan.	Teori membahas tentang etika bisnis Islam Metode penelitian kualitatif	Kesesuaian penerapan etika bisnis Islam dengan perspektif ekonomi Islam Objek penelitian

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

2.3 Alur Pikir Penelitian

Alur berpikir ini merupakan metode berpikir logis penulis untuk memecahkan masalah. Dengan alur pemikiran ini, penulis memberikan gambaran sederhana sehingga pemecahan masalah terfokus, konsisten, dan tidak berbelit-belit.



Gambar 2.1 Alur Pikir Penelitian

Dari gambar 2.1, dapat dijelaskan bahwa alur pikir peneliti, pertama, pemikiran mengenai Etika Bisnis Pedagang Pasar Tradisional yang mana

pasar menjadi tempat yang vital dalam dalam perekonomian. Banyaknya orang yang berprofesi sebagai pedagang menimbulkan persaingan yang sangat ketat, sehingga mendorong terjadinya kecurangan-kecurangan yang rawan dilakukan oleh para pedagang, terutama di pasar tradisional. Kedua, menemukan kajian teoritis tentang Etika Bisnis Islam dan Ekonomi Islam serta menemukan kajian empiris tentang Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional. Ketiga, menentukan masalah dan fokus penelitian. Keempat, menentukan objek penelitian di Pasar Tradisional Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Banyuasin Propinsi Sumatera Selatan. Kelima, menentukan informan yang terdiri dari informan kunci dan informan pendukung, serta menentukan teknik pengumpulan data yang berupa observasi dan wawancara. Keenam, menentukan keabsahan data serta menganalisis data dengan model Miles dan Huberman. Kemudian menarik kesimpulan dari hasil penelitian.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Sugiyono (2019:4) Jenis-jenis metode penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan dan tingkat kealamiahannya (*natural setting*). Sedangkan dalam tingkat kealamiahannya, metode penelitian dikelompokkan menjadi penelitian survey, eksperimen dan naturalistik. Sugiyono (2019:6) juga mengatakan “Metode penelitian naturalistik/kualitatif, digunakan untuk meneliti pada tempat yang alamiah, dan penelitian tidak membuat perlakuan, karena peneliti dalam mengumpulkan data bersifat *emic*, yaitu berdasarkan pandangan dari sumber data, bukan pandangan peneliti.”

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti akan melakukan penelitian dalam mengungkap isu fenomena atau peristiwa yang terjadi dengan sebenarnya pada objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang benar-benar akurat. Objek penelitian ini berada di pasar tradisional yang letaknya di Desa Sidomulyo, Kecamatan Tungkal Ilir, Kabupaten Banyuasin, Propinsi Sumatera Selatan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Juli 2021.

3.3 Informan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (n.d), “Informan adalah orang yang menjadi sumber data dalam penelitian”. Sugiyono (2020: 92)

mengatakan “Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, informan, partisipan, teman dan guru dalam penelitian. Informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pedagang di Pasar Tradisional Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir.
2. Pembeli/ konsumen di Pasar Tradisional Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir.
3. Pengelola Pasar Tradisional Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir

3.4 Data dan Sumber Data

Menurut KBBI (n.d), “Data adalah keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian (analisis atau kesimpulan)”. Sedangkan sumber data adalah subyek dimana data dapat diperoleh. Apabila dalam pengumpulan data peneliti menggunakan wawancara, maka sumber datanya disebut narasumber atau informan. Apabila dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu. Namun, apabila peneliti menggunakan dokumentasi, maka sumber datanya berupa dokumen atau catatan. Pada penelitian ini yang digunakan antara lain:

1. Data hasil pengamatan, catatan pengamatan obyek penelitian dilakukan secara langsung karena belum adanya sumber tertulis kajian pada lembaga.
2. Data hasil wawancara, wawancara dilakukan untuk menggali informasi terkait dengan penerapan etika dan perilaku bisnis pedagang di pasar tradisional Desa Sidomulyo.

Sedangkan sumber data penelitian merupakan faktor penting dalam proses pengumpulan data, sumber data penelitian terdiri atas sumber data primer dan sekunder.

1) Sumber Data Primer

KBBI (n.d) “Data primer adalah data yang diperoleh seorang peneliti langsung dari objeknya”. Sugiyono (2019: 225) Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2) Sumber Data Sekunder

KBBI (n.d) “Data sekunder adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari objeknya, tetapi melalui sumber lain, baik lisan maupun tulis”. Sugiyono (2019: 225) Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Data Pada dasarnya ada tiga teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

1. Observasi

KBBI (n.d) “Observasi adalah peninjauan secara cermat”. Observasi adalah pengamatan yang dilakukan peneliti secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial yang mungkin terjadi dengan memperhatikan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan

pencatatan. Dalam metode ini, peneliti secara langsung melakukan pengamatan akan fenomena tersebut dalam aktivitas jual beli untuk mendapatkan data yang lebih akurat. Dalam metode observasi ini, peneliti mengobservasi bagaimana penerapan etika dan perilaku bisnis yang didasarkan pada ekonomi Islam oleh pedagang di pasar tradisional Desa Sidomulyo.

2. Wawancara

Wawancara Mendalam (*indepth interview*) merupakan suatu metode pengumpulan data yang sering dijumpai pada penelitian kualitatif. Dimana metode wawancara ini tidak terstruktur maksudnya peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulannya (Sugiyono, 2019:233). Adapun yang akan peneliti wawancarai adalah:

- a. Pedagang Pasar tradisional di Desa Sidomulyo.
- b. Pembeli atau konsumen di pasar tradisional Desa Sidomulyo.

3.6 Keabsyahan Data

Untuk menguji keabsyahan data yang diperoleh guna mengukur validitas hasil penelitian ini, dilakukan dengan meningkatkan ketekunan dalam penelitian, yakni melakukan pengamatan secara lebih seksama, cermat dan berkesinambungan / dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui waktu dan alat atau teknik yang berbeda, dengan jalan membandingkan hasil observasi dengan

data hasil wawancara, kemudian membandingkan kembali hasil wawancara dengan data dokumentasi.

Dengan demikian data awal sampai kepada data akhir diharapkan dapat lebih berkesinambungan dan sesuai dengan fakta yang ada dilapangan. Sehingga didalam melakukan penarikan kesimpulan atau kesimpulan hasil akhir penelitian tesis ini lebih tersistematis dan tepat sasaran sehingga data yang dijabarkan pada teks sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

3.7 Alat Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan dari berbagai sumber dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang beragam (triangulasi) dan dilakukan terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan terus-menerus, variabilitas dalam data sangat tinggi. Data yang diperoleh biasanya merupakan data kualitatif (walaupun tidak menyangkal data kuantitatif), sehingga teknik analisis data yang digunakan belum memiliki pola yang jelas. Oleh karena itu seringkali sulit untuk melakukan analisis data (Sugiyono, 2019:243).

Analisis data adalah proses sistematis mempelajari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen lain sehingga mudah dipahami dan hasilnya dikomunikasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memecahnya menjadi unit-unit, mensintesiskannya, menyusun dalam pola, memilih apa yang penting dan apa yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang

dapat diinformasikan kepada orang lain (Bogdan dalam Sugiyono, 2019:244).

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data lapangan model Miles dan Huberman, berupa:

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang utama, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola. Dengan demikian, data yang diperoleh dari ringkasan data akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data berikutnya dan mencarinya jika dibutuhkan (Sugiyono, 2019:247).

b) *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, berikutnya adalah mendisplay data. Melalui penyajian data, data diorganisasikan, disusun dalam suatu pola hubungan, agar lebih mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk bagan, uraian singkat, hubungan antar kategori dalam suatu *flowchart* dan sebagainya (Sugiyono, 2019:249).

c) *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ketiga analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman yaitu menyimpulkan dan memverifikasi. Kesimpulan awal yang diuraikan dapat berubah jika tidak ditemukan fakta kuat untuk mendukung fase pengumpulan data berikutnya (Sugiyono, 2019:252).

BAB 4

TEMUAN DATA LAPANGAN

4.1 Gambaran Data Lapangan

A. Profil Pasar

Pasar di Desa Sidomulyo (Bertak 1) merupakan salah satu pasar yang terletak di Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Banyuasin. Pasar ini diresmikan pada bulan September 2016 yang merupakan hasil dari usulan masyarakat terhadap Pemerintah Desa. Pasar Desa ini merupakan salah satu aset desa berupa kekayaan asli desa seperti yang tercantum dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016 tentang Pengelolaan Aset Desa. Pasar desa Sidomulyo dikelola oleh pemerintah desa Sidomulyo melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes).

B. Kepengurusan

Untuk melaksanakan kegiatan dan administrasi pasar, telah dipilih susunan pengurus pasar yang ditentukan dalam Musyawarah Desa. Adapun susunan pengurus pasar Desa Sidomulyo yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1 Susunan Pengurus Pasar Desa Sidomulyo

No.	Jabatan	Nama
1	Pengawas 1	Kepala Desa Sidomulyo
2	Pengawas 2	M. Hadi Solekhan
3	Ketua	Martono
4	Sekretaris	Ali Murseno, S.P
5	Bendahara	Agus Irawan, S.Kom
6	Unit Keamanan dan Ketertiban	Baniman
7	Unit Pengembangan Pasar	Ujang

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Demi kemajuan pasar dan terlaksananya roda organisasi pasar maka Pengurus Desa yang dipilih adalah sosok yang memiliki kualitas dan mempunyai gagasan yang sifatnya membangun dengan pengalaman yang dimiliki. Dalam menentukan pengurus pasar, Pemerintah Desa juga tidak lupa melibatkan masyarakat untuk bekerjasama melalui Musyawarah Desa agar masyarakat dapat memberikan saran dan masukan dengan harapan Pasar Desa Sidomulyo dapat menjadi pasar induk di Kecamatan Tungkal Ilir.

C. Sarana dan Prasarana

1. Bangunan pasar

- a. Kios : 20 Unit
- b. Los : 54 Unit permanen dan 50 Unit semi permanen

2. Fasilitas Umum

- a. Mushola
- b. WC Umum

3. Listrik

4. Tempat Parkir

5. Pos Keamanan

6. TPS (Tempat Pembuangan Sampah)

D. Jenis dan Jumlah Pedagang

Banyaknya pedagang yang menempati pasar Sidomulyo dengan segala barang dagangannya yang begitu bermacam-macam, maka pedagang tersebut dapat digolongkan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Jenis Tempat dan Jumlah Pedagang

No.	Jenis Tempat	Jumlah Pedagang
1	Kios	13
2	Los/lapak	104
3	Tenda/Hamparan Terbuka	23

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

1. Pedagang Kios

Pedagang kios yaitu pedagang yang menempati bangunan yang didirikan oleh pedagang itu sendiri diatas tanah sewa yang telah disediakan oleh pihak pasar. Pedagang kios memiliki sifat seperti toko yang meninggalkan barang dagang di dalam kios tanpa harus membawa pulang barang dagang.

2. Pedagang Los

Pedagang los yaitu pedagang yang menempati bangunan yang dibangun oleh pemerintah desa dengan ukuran 4x3M². Pedagang los lebih bersifat sementara, seperti yang dilakukan oleh pedagang sayur dan pedagang daging yang membawa dangangannya kembali.

3. Pedagang Tenda/Hamparan Terbuka

Pedagang tenda yaitu pedagang yang berjualan dibawah tenda, baik tenda yang disediakan pengurus pasar maupun tenda milik pedagang itu sendiri.

E. Jenis dan Jumlah Pedagang di Pasar Sidomulyo

Pasar Sidomulyo memiliki banyak sekali pedagang dengan jenis barang dagangan yang beragam. Berikut jenis dan jumlah pedagang di pasar Sidomulyo, disajikan dalam bentuk tabel.

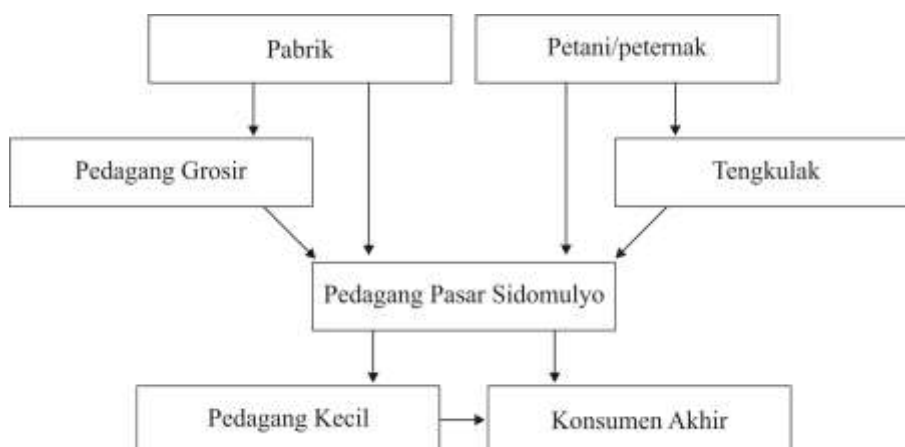
Tabel 4.3 Jenis dan Jumlah Pedagang Pasar Sidomulyo

No.	Jenis	Jumlah
1	Pakaian	18
2	Makanan dan Minuman	12
3	Sembako	10
4	Aksesoris	5
5	Sandal dan Sepatu	6
6	Perlengkapan Sekolah dan ATK	6
7	Sayur dan Bumbu	15
8	Ikan dan Daging	5
9	Ayam	3
10	Emas	2
11	Elektronik	22
12	Jam Tangan dan Reparasi	3
13	Buah	5
14	Pecah Belah	3
15	Pedagang Kaki Lima	8
16	Mainan Anak	7
17	Pertanian	2
18	Alat Listrik	5
19	Tembakau	2
20	Kelapa	1

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Banyaknya pedagang yang beragam memberikan kemajuan terhadap pasar tradisional untuk tetap mampu bersaing dengan pasar modern. Dari table 4.3, dapat diketahui bahwa dari 140 pedagang yang ada di pasar Sidomulyo, pedagang yang mendominasi adalah pedagang barang-barang elektronik yang berjumlah 22 pedagang atau 15,71% dari jumlah pedagang yang ada. Dan pedagang yang paling sedikit adalah pedagang kelapa yang hanya ada 1 pedagang saja atau 0,71% dari pedagang yang ada di pasar Sidomulyo. Serta pedagang emas, pertanian, dan tembakau yang masing-masing terdiri dari 2 pedagang atau 1,43% dari jumlah pedagang di pasar Sidomulyo.

F. Jalur Distribusi Barang Kepada Konsumen



Gambar 4.1 Jalur Distribusi Barang Kepada Konsumen

1. Jalur Pembelian Barang Dagangan

Pasar Sidomulyo tergolong sebagai pasar yang lengkap. Di Pasar Sidomulyo menyediakan segala jenis kebutuhan mulai dari bahan makanan, sembako, pakaian, tas, sepatu, asesoris, peralatan dapur, mainan anak-anak, buah-buahan, obat-obatan dan lain-lain.

Pedagang di pasar Sidomulyo umumnya mendapatkan barang dagang dari berbagai instrument. Ada pedagang yang memperoleh barang dagang dari pabrik/produsen, pedagang besar (grosir), petani/peternak, tengkulak, dan ada pula pedagang yang menjual barang dari hasil produksinya sendiri.

2. Jalur Penjualan Barang Dagangan

Dagangan yang telah diperoleh pedagang kemudian dijual kepada pedagang kecil dan konsumen akhir. Konsumen yang

akan menjual kembali diberi dengan harga yang sedikit lebih murah daripada yang pembeli eceran.

G. Permasalahan di Pasar Sidomulyo

1. Permasalahan sosial ekonomi pasar Sidomulyo

- a) Persaingan dengan bisnis E-commerce yang semakin hari semakin berkembang sehinggamenurunkan tingkat pembeli pedagang pasar tradisional.
- b) Tuntutan konsumen yang selalu menginginkan kualitas barang yang bagus dengan harga yang murah.

2. Permasalahan sarana dan prasarana

- a) Kurangnya dana pengelolaan pasar karena pasar dikelola oleh desa bukan pemerintah daerah atau kementerian perdagangan sehingga menyulitkan untuk melengkapi fasilitas pasar.
- b) Jalan lorong yang berlantaikan tanah sehingga ketika hujan kondisinya becek.

4.2 Verifikasi Data Lapangan

A. Informan

Dalam penelitian ini dari 140 pedagang yang ada di pasar Sidomulyo, peneliti mengambil sampel atau data dari 10 informan yang mewakili dari seluruh pedagang yang ada di pasar Sidomulyo. Penelitian kualitatif tidak mengenal adanya jumlah sampel minimum (*sample size*). Umumnya penelitian kualitatif menggunakan jumlah sampel kecil. Bahkan pada kasus tertentu menggunakan hanya 1

informan saja. Setidaknya ada dua syarat yang harus dipenuhi dalam menentukan jumlah informan yaitu kecukupan dan kesesuaian (Martha & Kresno dalam Heryana, 2018:7). Menurut peneliti, data dari 10 informan telah cukup dan sesuai. Informan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam table 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Informan

Nama	Jenis Kelamin	Jenis Barang Dagang
Saifun	Laki-laki	Sembako
Atika	Perempuan	Sayur
Rusman	Laki-laki	Ikan & Daging
Suroto	Laki-laki	Buah
Yanto	Laki-laki	Ayam
Iskandar	Laki-laki	Pakaian
Ana	Perempuan	Pecah Belah
Lili	Perempuan	Sandal & Sepatu
Sundari	Perempuan	Pakaian
Bariah	Perempuan	Sembako

Sumber: Data Primer Diolah. 2021

Informan pertama adalah bapak Saifun, seorang penjual sembako yang telah berjualan selama sepuluh tahun lebih. Satu-satunya penghasilan bapak Saifun didapat dari berdagang. Informan kedua yaitu ibu Atika yang berjualan sayur sudah lebih dari lima tahun. Pendapatan ibu Atika tidak hanya sebatas dari berdagang, namun juga dari kebun karet yang dimilikinya. Informan ketiga adalah bapak Rusman yang berjualan ikan dan daging sudah selama delapan tahun. Tidak hanya di pasar tadisional Sidomulyo, bapak Rusman juga berjualan di beberapa pasar tradisional lainnya. Bapak Suroto yang menjual buah menjadi informan keempat, berjualan menjadi satu-satunya profesi yang ditekuninya dalam lima tahun terakhir. Informan

kelima adalah bapak Yanto yang telah berjualan ayam selama enam tahun.

Informan keenam adalah seorang penjual pakaian berdarah Minang bernama bapak Iskandar, profesi ini telah dijalankannya selama sepuluh tahun. Informan yang ketujuh adalah ibu Ana seorang penjual pecah belah yang telah berdagang selama tujuh tahun. Informan kedelapan adalah ibu Lili yang sudah berjualan selama tiga belas tahun. Sepeninggalan suaminya, ibu Lili kini berjualan sandal dan sepatu dibantu oleh anaknya. Informan kesembilan bernama ibu Sundari yang telah berjualan pakaian selama sepuluh tahun. Informan yang kesepuluh adalah ibu Bariah, lima belas tahun telah dijalannya dengan berjualan sembako untuk memenuhi kebutuhan keluarganya.

B. Pengumpulan Data

Dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan peneliti di pasar Sidomulyo, didapatkan hasil berikut:

1. Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Tradisional Sidomulyo

Para pedagang dalam menjalankan usaha dagang senantiasa harus mengimplementasikan aturan yang telah diatur oleh ajaran Islam. Dalam melakukan kegiatan bisnis yaitu melalui kegiatan perdagangan diperlukan sebuah etika bisnis yang disesuaikan dengan ekonomi Islam agar dalam usaha yang dilakukan mendapat kebahagiaan dunia maupun akhirat.

Dalam ekonomi Islam etika dan perilaku bisnis mencakup tentang bagaimana seseorang dalam menjalankan kegiatan bisnisnya telah menerapkan kejujuran baik dalam takaran atau timbangan, perilaku bisnis mencakup bagaimana seorang pedagang dalam memberi pelayanan yang baik bagi konsumen, juga bagaimana seorang pedagang memberikan keterangan tentang kualitas barang yang dijual.

Adapun indikator yang dapat dijadikan tolok ukur etika bisnis dalam islam meliputi beberapa hal berikut:

a. Etika dan Perilaku Pedagang dengan Sesama Pelaku Bisnis

Banyaknya pedagang di pasar akan menjadikan persaingan usaha meningkat. Persaingan dagang dari satu pedagang ke pedagang lain adalah hal biasa di pasar. Namun, selama persaingan dilakukan secara adil dan tidak merugikan pedagang lain, tetap diperbolehkan. Soal persaingan dengan pedagang lain, bapak Saifun mengatakan bahwa di pasar Sidomulyo, pedagang satu dan pedagang lainnya berteman dan menjalin hubungan baik, tidak saling merendahkan atau menjatuhkan.

“Alhamdulillah disini persaingan antar pedagang berjalan dengan baik bersaing dengan sehat tidak saling menjatuhkan, saya tidak mengambil pelanggan orang lain dengan cara yang tidak baik. Hubungan dengan pedagang lain juga baik”. (Wawancara dengan bapak Saifun tanggal 07 Juni 2021)

Ibu Atika juga mengatakan “Hubungan ku dengan pedagang lain baik, kami berteman juga saling bantu. Persaingannya tidak merugikan pedagang yang lain”. (Wawancara dengan ibu Atika tanggal 07 Juni 2021)

“Bersaing kan itu lumrah. Menurutku ya yang penting gak menjatuhkan pedagang lain lah, kita disini juga sama-sama cari rejeki”. (Wawancara dengan ibu Sundari tanggal 14 Juni 2021)

“Hubungan pedagang disini baik-baik mas. Kita bersaing kan wajar, kita sama-sama cari rejeki disini. Yang penting gak menjatuhkan pedagang lain itu aja”. (Wawancara dengan ibu Bariah tanggal 14 Juni 2021)

Dari pendapat ibu Sundari dan ibu Bariah diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan pedagang satu dengan yang lain itu baik mereka beranggapan bahwa sesama mencari keuntungan tidak boleh adanya perilaku saling menjatuhkan. Selain itu bapak Iskandar juga menuturkan bahwa:

“Kami bersaing itu ya wajar-wajar aja mas. Selagi gak merugikan yang lain sih menurut saya biasa. Hubungan saya dengan pedagang lainnya itu ya baik mas, lawong rizki itu sudah ada yang mengatur kalau memang rizki saya ya udah pembeli akan datang ke saya. Dipasar ini lo banyak pedagang lain, disini pembeli bebas memilih penjual mana yang menurut mereka lebih disukai”. (Wawancara dengan bapak Iskandar tanggal 14 Juni 2021)

Untuk menjaga hubungan baik antar sesama pedagang mereka tidak jarang saling bertukar informasi dan saling bekerja sama untuk pemenuhan produk dagang mereka. Seperti yang dikatakan oleh ibu Ana:

“Persaingan kami disini wajar aja mas. Gak sampek menjatuhkan pedagang yang lain. Selain itu hubungan kami juga baik, terkadang antara pedagang satu sama yang lainnya itu terjalin kerja sama. Misalnya untuk mendapat stok barang”. (Wawancara dengan ibu Ana tanggal 14 Juni 2021)

Dari berbagai narasumber yang telah diwawancarai oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa etika dan perilaku pedagang

dengan pedagang lainnya berhubungan dengan baik, tidak ada unsur saling menjatuhkan dan mereka juga saling menjalin kerjasama misalnya dalam hal penyediaan stok barang.

b. Jujur Dalam Takaran dan Timbangan

Seperti yang telah kita ketahui bahwa sikap jujur merupakan kunci utama dalam menjalankan segala macam usaha begitu pula dengan berdagang. Dengan adanya kejujuran seorang pedagang akan dapat menjaga nama baik usahanya dan dengan demikian secara tidak langsung juga akan meningkatkan minat pembeli. Bapak Saifun seorang pedagang bahan pokok/sembako di pasar Sidomulyo, memberikan keterangan tentang pentingnya berperilaku jujur dalam menjalankan usahanya.

“Dagang itu memang kuncinya jujur mas, kalo kita jujur orang akan lebih percaya ke kita dan itu bisa meningkatkan jumlah pelanggan kita juga, mereka juga gak akan enggan untuk belanja kesini lagi”. (Wawancara dengan bapak Saifun tanggal 07 Juni 2021)

Ibu Atika juga mengatakan “Jujur itu menurutku penting mas. Kalo gak jujur nanti pembeli gak mau beli sama kita, kalo jujur kan bisa banyak pelanggan kita mas”. (Wawancara dengan ibu Atika tanggal 07 Juni 2021)

Sikap jujur dapat dilakukan diberbagai aktivitas salah satunya adalah jujur dalam takaran maupun timbangan dalam melayani konsumen. Ketepatan dalam menakar barang dagang menjadi tolok ukur kejujuran seseorang karena dengan sesuainya timbangan maka orang tersebut tidak mengambil yang

bukan haknya. Hal ini juga dibenarkan dalam wawancara dengan bapak Rusman pedagang ikan dan daging di pasar Sidomulyo.

“Untuk timbangan saya itu pas kadang juga lebih, soalnya saya itu gak berani kalau kurang nanti saya bisa dosa. Tapi terkadang ada timbangan yang memang tidak genap tapi saya jelaskan ke pembeli dan ternyata pembeli menyetujuinya”. (Wawancara dengan bapak Rusman tanggal 07 Juni 2021)

Mengenai takaran dan timbangan ini peneliti juga mencari kebenarannya melalui wawancara dengan pembeli di pasar Sidomulyo.

Ibu Romlah pembeli sembako di pasar Sidomulyo mengatakan bahwa:

“Setiap saya beli kebutuhan pokok ditempat langganan saya, Alhamdulillah takaran dan timbangan yang diberikan kepada saya sudah sesuai terkadang dilebihkan sedikit oleh penjualnya, dengan timbangan yang baik ini jadi saya senang belanja ditempat itu”. (Wawancara dengan ibu Romlah tanggal 07 Juni 2021)

Dari penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan pedagang sudah sadar akan kejujuran takaran maupun timbangan. Kebanyakan pedagang sadar bahwa dengan menjaga kejujuran baik dalam lisan maupun perbuatan serta praktik takaran maupun timbangan nantinya akan berdampak baik bagi kelangsungan usahanya. Dengan kejujuran yang diterapkan pedagang nantinya tidak mengecewakan pelanggan atau pembeli sehingga konsumen tidak enggan untuk datang kembali. Dengan takaran maupun timbangan yang baik juga

dapat meminimalisir adanya komplain dari konsumen.

c. Etika Pedagang dalam Melayani Konsumen

Pedagang ada di pasar Sidomulyo tidaklah sedikit, namun mereka memiliki pembeli dan pelanggan masing-masing. Kebanyakan dari mereka percaya bahwa rizki sudah ada yang mengatur selain dilengkapi dengan usaha dan kerja keras. Salah satu upaya yang dilakukan pedagang untuk meningkatkan volume pembeli dengan melayani pembeli sebaik mungkin dan selalu ramah.

Seperti yang dikatakan oleh bapak Yanto pedagang ayam:

“Kuncinya itu tetep ramah ke pembeli. Kalo kitanya ramah pembeli akan merasa nyaman. Selain ramah saya selalu mencoba mengajak bicara dan berinteraksi dengan baik ke pembeli”. (Wawancara dengan bapak Yanto tanggal 07 Juni 2021)

Selain kejujuran pelayanan yang baik kepada konsumen menjadi nilai positif bagi pelanggan yang juga dituturkan oleh bapak Iskandar:

“Penting kita ramah mas, pelayanan yang baik itu penting juga. Pelayanan yang baik yang kita beri bisa bikin pelanggan senang dan nyaman juga. Pelayanan yang baik itu misalnya kalo ada pembeli yang tanya kami harus siap jawab dengan sopan, terus kalo ada pembeli yang menurut kami kurang menyenangkan ya harus berusaha tetap baik dan ramah”. (Wawancara dengan bapak Iskandar tanggal 14 Juni 2021)

Selain itu ibu Bariah juga mengatakan:

“Kalo jualan harus ramah sama pembeli, kasih pelayanan yang baik, murah senyum. Misal ada pelanggan yang banyak maunya terus judes ya diusahakan untuk tetep ramah”. (Wawancara dengan ibu Bariah tanggal 14 Juni 2021)

Ibu Winda pembeli pakaian di pasar Sidomulyo mengatakan bahwa:

“Pedagang disini ramah-ramah, baik, pelayanannya baik, enak diajak bicara kadang juga cerita-cerita asalnya, pengalamannya”. (Wawancara dengan ibu Winda tanggal 14 Juni 2021)

Dari berbagai wawancara yang dilakukan dengan informan dapat disimpulkan bahwa dengan adanya keramahan dan pelayanan yang baik terhadap konsumen dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini juga dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Dengan demikian, kunci untuk menarik konsumen juga perlu adanya perilaku yang baik terhadap konsumen.

d. Etika Pedagang dalam Menawarkan Kualitas Barang Dagang

Dalam praktek bisnis yaitu dalam perdagangan, memperhatikan kualitas produk yang disediakan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi daya tarik pembeli juga kepuasan konsumen. Dengan menjaga kualitas produk yang ditawarkan dapat menjaga kepercayaan dari konsumen. Dan jika Anda menjual produk berkualitas rendah, itu akan menyebabkan keengganan konsumen untuk berbelanja ditempat tersebut. Menjaga kualitas produk ini juga erat kaitannya dengan kejujuran pedagang dalam menawarkan produknya. Misalnya, jika barangnya bagus, harus dikatakan baik, dan jika barangnya tidak benar, juga harus dikatakan buruk agar pembeli tidak

merasa tertipu.

Bapak Suroto pedagang buah mengatakan:

“Saya kalau barang bagus ya saya bilang bagus, kalau buruk ya saya bilang buruk. Pelanggan saya maupun pembeli yang lain saya bebaskan untuk milih-milih barang sendiri mas, biar pembeli dapat dengan puas berbelanja disini”. (Wawancara dengan bapak Suroto tanggal 07 Juni 2021)

Barang yang baik hendaknya tidak di oplos dengan barang yang kualitasnya buruk sehingga dapat merugikan pembeli dan menimbulkan kekecewaan. Supaya pembeli tidak kecewa maka seorang pedagang harus menjelaskan spesifikasi produk yang ditawarkan berkaitan dengan kualitas dan kekurangan barang yang dijual dengan sejujur-jujurnya.

Bapak Rusman seorang pedagang ikan dan daging mengatakan:

“Yang saya jual ya seperti ini kualitasnya. Yang saya jual tidak saya campur-campur, tidak saya oplos. Saya juga jelaskan, mau ikan yang mati ya ini harganya segini, mau yang masih hidup ya ini harganya segini”. (Wawancara dengan bapak Rusman tanggal 07 Juni 2021)

Komoditas yang diperdagangkan pedagang sebenarnya sudah disesuaikan dengan harga komoditas tersebut. Produk yang baik biasanya dijual dengan harga yang sedikit lebih tinggi, sedangkan produk yang berkualitas buruk dijual dengan harga yang berbeda. Di sini, pelanggan diberikan kebebasan untuk memutuskan jenis produk apa yang akan dibeli.

Ibu Atika mengatakan “Barang yang saya jual itu sudah saya pisah-pisahkan mana yang bagus dan yang kurang. Harganya

pun beda-beda. Pembeli bisa pilih mau kualitas yang kayak mana, yang bagus ya harganya beda sama yang biasa”. (Wawancara dengan ibu Atika tanggal 07 Juni 2021)

Ibu Lili juga mengatakan “Barangnya sudah saya pisah-pisah. Barang yang bermerek yang kualitas bagus saya sendirikan, barang yang obral saya sendirikan”. (Wawancara dengan ibu Lili tanggal 14 Juni 2021)

Menyadari pentingnya menjaga kualitas produk yang diberikan kepada konsumen akan menambah nilai positif tersendiri bagi konsumen. Harga yang diajukan disesuaikan dengan kualitas barang yang dijual agar tidak mengecewakan konsumen.

e. Etika Pedagang dalam Menentukan Harga dengan Transparan

Di pasar tradisional, harga seringkali tercipta sebagai hasil dari proses negosiasi antara penjual dan pembeli hingga tercipta harga yang mereka sepakati. Etika penetapan harga maksimum adalah bagaimana penjual menetapkan harga suatu barang tanpa melakukan sesuatu yang dapat merugikan pembeli.

Ibu Atika (pedagang sayur) mengatakan “Harganya tergantung stoknya mas. Biasanya kalo stoknya dikit harganya naik, ya saya juga naikin harga. Kalo stoknya banyak, misalnya cabai pas musim panen harga jadi turun, ya harganya juga saya turunkan”. (Wawancara dengan ibu Atika tanggal 07 Juni 2021)

Jadi, ibu Atika menentukan harga barang sesuai dengan stok barang yang tersedia dan bagaimana perolehan barang tersebut. Selain itu penentuan harga juga disesuaikan dengan jumlah barang yang dibeli oleh pelanggan seperti yang dikatakan oleh bapak Saifun:

“Kalo masalah harga jual saya lihat harga beli berapa, keuntungan yang saya dapat nanti berapa. Saya juga lihat pembeli ini belinya mau dijual lagi apa untuk sendiri, kalo untuk dijual lagi kan biasanya ambil banyak, itu kita kasih agak murah. Ya untung sedikit-sedikit yang penting lancar mas”. (Wawancara dengan bapak Saifun tanggal 07 Juni 2021)

Ibu Lina seorang pembeli sembako juga mengatakan:

“Saya biasanya belanja agak banyak mas, saya belanja untuk saya jual lagi. Penjual langganan saya biasanya memberikan potongan harga, jadi lebih murah, beda sama pembeli yang beli dikit pedagang memberikan harga normal. Kalo saya dikasih harga normal juga nanti saya jual harga berapa? Kan kemahalan jadinya”. (Wawancara dengan ibu Lina tanggal 07 Juni 2021)

Harga juga ditentukan oleh jumlah barang yang dibeli konsumen. Jika pembeli membeli dalam jumlah banyak, kemudian menjual kembali barangnya nanti, pedagang akan memberikan diskon khusus kepada pembeli, sehingga pembeli grosir dapat menjual kembali dengan harga yang tidak terlalu mahal bagi konsumen. Tidak seperti pembeli pribadi, pedagang akan menawarkan harga yang wajar atau normal tanpa potongan.

BAB 5

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

5.1 Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Sidomulyo

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai penerapan etika bisnis Islam yang diterapkan pedagang di pasar Sidomulyo, secara garis besar pedagang telah menerapkan etika bisnis Islam dalam usahanya. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan narasumber yang merupakan seorang pedagang di pasar Sidomulyo. Selain dari pihak pedagang peneliti juga melakukan wawancara pada pembeli, sehingga diperoleh temuan yang menguatkan bahwa pedagang tersebut telah menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan usahanya.

1. Etika dan Perilaku Pedagang dengan Sesama Pelaku Bisnis

Dalam kegiatan bisnis yaitu berdagang melakukan kompetisi bisnis dengan pedagang lain merupakan hal yang wajar terjadi. Asalkan dalam praktiknya pedagang melakukan persaingan bisnis dengan sehat. Maka kompetisi yang sehat disini adalah pedagang tidak menjelek-jelekan pedagang lainnya. Pedagang di Pasar Sidomulyo mengatakan bahwa mereka bersaing dengan sehat, tidak saling menjatuhkan. Bahkan juga bekerjasama guna memenuhi stok barang dagang mereka. Berhubungan baik antar sesama umat juga sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: “Orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.” (Q.S. Al-Hujuraat: 10). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 516)

Dari kalimat di atas ditegaskan bahwa orang-orang beriman adalah bersaudara satu sama lain. Persaudaraan antar mukmin adalah persaudaraan yang dilandasi persamaan akidah dan keimanan kepada Allah SWT. Oleh karena itu antar sesama pedagang disarankan untuk tetap menjaga hubungan baik satu sama lain agar terjalin hubungan kerjasama yang baik, dan tidak ada unsur kekecewaan. Dalam Islam juga ditekankan dalam menjaga kehalalan harta. Baik dari segi perolehan harta maupun kegunaannya sebagaimana firman Allah yang dijelaskan dalam Al-Qur’an:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.” (Q.S. An-Nahl: 114). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 280)

Dalam ayat ini menjelaskan bahwasannya sebagai seorang muslim dianjurkan untuk mencari rizeki dengan jalan yang baik sehingga rizeki

yang diperoleh halal. Dan juga diperintahkan agar selalu bersyukur atas nikmat yang telah diberikan Allah.

2. Jujur Dalam Takaran dan Timbangan

Kejujuran adalah kunci dalam menjalankan bisnis. Dalam berdagang, kejujuran sangat diperlukan, karena seiring dengan kejujuran akan meningkatkan kepercayaan konsumen saat membeli produk. Kejujuran, dalam praktek jual beli terdapat beberapa aspek, misalnya kejujuran dalam menjelaskan produk, kejujuran dalam mengukur dan menimbang barang. Kejujuran dalam takaran dan timbangan ini telah dijelaskan dalam ayat Al-Qur'an Surat Al-Isra' ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۗ ذَٰلِكَ خَيْرٌ
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”*. (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 285)

Kalimat di atas menjelaskan bahwa sebagai seorang muslim dalam menjalankan usahanya yaitu dengan berdagang, jika mengukur dan menimbang barang haruslah disempurnakan. Maksud disempurnakan di sini pedagang tidak boleh mengurangi timbangan atau takaran yang merugikan suatu pihak. Di surat lain juga dijelaskan:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿ ١٨١ ﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
 الْمُسْتَقِيمِ ﴿ ١٨٢ ﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ
 مُفْسِدِينَ ﴿ ١٨٣ ﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus; Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan” (Q.S. Asy-Syu’araa’: 181-183). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 374)

Sebagai seorang muslim tidak boleh memakan harta yang bukan haknya yaitu dengan cara memperolehnya secara curang maka hal itu jelas telah dilarang dalam agama Islam. Seperti yang dijelaskan dalam surah An-Nisa’:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿ ٢٩ ﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S. An-Nisa’:29). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 83)

Didalam surah Al-Muthaffifin juga dijelaskan:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi” (Q.S. Al-Muthaffifin:1-3). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 587)

3. Etika Pedagang dalam Melayani Konsumen

Perilaku seorang pedagang dalam melayani pelanggannya juga merupakan strategi untuk meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja. Pelayanan yang baik, ramah, jujur dan interaksi yang baik merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dari berbagai wawancara yang dilakukan dengan informan tentang kualitas pelayanan yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya keramahan dan pelayanan yang baik terhadap konsumen telah dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini juga dapat meningkatkan pendapatan pedagang. Dengan demikian, kunci untuk menarik konsumen juga perlu adanya perilaku yang baik terhadap konsumen.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٥٦﴾

Artinya: *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”* (Q.S. Ali ‘Imran: 159). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 71)

Hal ini juga yang diklaim oleh merchant dan konsumen bahwa pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pelayanan seorang pedagang yang benar-benar baik dapat mempengaruhi jumlah pembeli. Dalam undang-undang no. 8 1999 Pasal 7 huruf b mengatur bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Sedangkan pada huruf c mengatur bahwa pelaku usaha wajib memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

4. Etika Pedagang dalam Menawarkan Kualitas Barang Dagang

Kepuasan konsumen atas sebuah produk tergantung pada kejujuran penawaran produk yang disampaikan oleh pedagang. Pengenalan produk sangat diperlukan untuk upaya meningkatkan konsumen namun dalam kegiatan menawarkan barang dagang ini tentunya juga harus dilakukan dengan memperhatikan etika-etika bisnis Islam dengan tujuan agar tidak merugikan pihak lain. Dalam Al-Qur'an telah dijelaskan bahwa segala

sesuatu hal yang dapat merugikan umat itu sangatlah dilarang sebagaimana dalam surah Ali ‘Imran:

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

Artinya: “*Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. bagi mereka azab yang pedih*” (Q.S. Ali ‘Imran: 77). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 59)

Ayat ini menjelaskan tentang hukuman bagi orang yang melakukan sumpah palsu atau dusta dalam kegiatan jual beli. Dianjurkan bagi seorang muslim dalam melakukan jual beli, baik itu pihak penjual dan pembeli hendaklah tidak berkata bohong atau memanipulasi untuk mendapatkan keuntungan yang banyak namun dapat membawa kerugian bagi salah satu pihak. Dalam melakukan usaha berdagang memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi daya tarik dan juga kepuasan konsumen. Menjaga kualitas produk juga berkaitan erat dengan kejujuran pedagang dalam menawarkan produknya. Misalnya barang yang baik juga harus dikatakan baik, apabila barang buruk juga harus dikatakan buruk oleh penjual sehingga pembeli tidak merasa tertipu.


 يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar*” (Q.S. Al-Ahzab: 70). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 427)

Barang dengan kualitas baik hendaknya tidak di oplos dengan barang yang kualitasnya buruk sehingga dapat merugikan pembeli dan menimbulkan kekecewaan. Agar pembeli tidak kecewa maka seorang pedagang harus menjelaskan spesifikasi produk yang ditawarkan berkaitan dengan kualitas dan kekurangan barang yang dijual dengan jujur. Dalam Undang-Undang no. 8 tahun 1999 Pasal 7 huruf d disebutkan bahwa pelaku usaha wajib menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.

5. Etika Pedagang dalam Menentukan Harga dengan Transparan

Menawarkan harga yang baik, sesuai dengan kualitas barang dan sesuai dengan harga pada umumnya merupakan hal yang perlu diperhatikan untuk menciptakan keharmonisan antara pembeli dan pedagang. Jika nilai harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan lebih rendah, tetapi jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh. Dalam transaksi pasar tradisional, harga tercipta melalui negosiasi antara penjual dan pembeli hingga mencapai harga yang disepakati. Penetapan harga yang adil akan berdampak pada kelangsungan usaha penjual, karena konsumen tidak hanya melihat kualitas dan pelayanan, tetapi juga memperhatikan harga.

Dapat disimpulkan bahwa harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen enggan membeli. Akan berbeda ketika penjual mengambil untung, meski tidak terlalu besar, tetapi akan mendatangkan banyak pembeli.

5.2 Kesesuaian Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Sidomulyo Dengan Perspektif Ekonomi Islam

Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga memberikan persepsi nilai spiritual, yang menjiwai semua aktivitas manusia dalam muamalah. Bahkan dalam urusan global (ekonomi dan bisnis), manusia memiliki otonomi untuk membuat keputusan yang memihak kesejahteraan sebagai khalifah di bumi. (Muhammad dalam Wati, 2019:106). Ekonomi Islam diarahkan untuk terbentuknya suatu kesejahteraan masyarakat bukan menimbulkan kerusakan, oleh karena itu perkembangan ekonomi Islam sangat dibutuhkan. Ekonomi akan membaik apabila manusia berakhlak baik disini perekonomian Islam disebut sebagai perekonomian *ethical*. Maksudnya disini adalah bahwa ekonomi Islam akan menggunakan dan mempertimbangkan fungsinya melalui aqidah tauhid dengan prinsip-prinsip yang mengikutinya.

1. Allah Menentukan Benar dan Salah

Sistem ekonomi islam membedakan antara yang halal dan yang haram. Penetapan mana yang halal dan mana yang haram adalah hak progresif Allah. Tidak ada seorang manusia pun yang memiliki

kewenangan untuk menentukan mana yang halal dan mana yang haram (Arif, 2018:86-87).

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَالٌ وَهَذَا حَرَامٌ لِّتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ ۚ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara Dusta "Ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah Tiadalah beruntung” (Q.S. An-Nahl: 116). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 280)

2. Prinsip Penggunaan

Penggunaan tidaklah membolehkan yang halal itu diulur terlalu jauh, sehingga menyebabkan terjadinya penggunaan yang berlebihan serta memubadzirkan sumber-sumber ekonomi. Segala sesuatu diciptakan oleh Allah untuk digunakan oleh dan melayani manusia. Menahan diri atau melarang orang lain untuk menikmati apa-apa yang halal sama artinya dengan mengingkari karunia Allah, dan hal itu amat terlarang (Arif, 2018:88).

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya” (Q.S. Al-Isra’: 27). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 284)

3. Prinsip Pertengahan

Sekalipun memperoleh kekayaan dengan cara yang halal dibolehkan, jiwa yang soleh menuntut agar seorang Muslim tidak menjadi gila dalam mengumpulkan harta seperti seorang materialis yang rakus. Dia harus berlatih mengendalikan diri dalam memperoleh kekayaan untuk memenuhi kebutuhan kebutuhannya yang halal. Kelebihan harta, jika ada, dapat dikeluarkan di jalan Allah sebagai sedekah untuk membantu kaum miskin (Arif, 2018:89-90). Islam mengutuk kekikiran dan keborosan dan mengharuskan pengikutnya untuk mengambil jalan tengah. Al-Qur'an memberi penghargaan kepada mereka yang memilih jalan tengah dalam hal pembelanjaan dengan menyatakan:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ

قَوَامًا 

Artinya: *“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”* (Q.S. Al-Furqaan: 67). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 365)

4. Kebebasan Ekonomi

Akuntabilitas atas tindakan individu tidak akan bermakna jika individu yang bersangkutan tidak diberi kebebasan yang cukup untuk bertindak secara independen. Islam mengakui kebebasan berusaha, inisiatif, dan potensi individual. Islam juga mengakui peranan organisasi,

modal, tenaga kerja dan kekuatan pasar di lapangan ekonomi. Tidak ada halangan yang tak perlu diletakkan pada individu ataupun organisasi sehubungan dengan upaya memperoleh dan memiliki harta. Tidak ada batas maksimal bagi pemilikan. Di samping aturan halal dan haram, amat jarang ada pembatasan lain bagi kegiatan ekonomi, penetapan harga barang, pemilikan maupun monopoli kecuali kalau hal-hal tersebut memang amat diperlukan untuk memenuhi kepentingan bersama masyarakat Muslim (Arif, 2018:90-91).

قُلْ لِعِبَادِيَ الَّذِينَ ءَامَنُوا يُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا

خَلَلٌ

Artinya: “Katakanlah kepada hamba-hamba-Ku yang telah beriman: Hendaklah mereka mendirikan shalat, menafkahkan sebahagian rezki yang Kami berikan kepada mereka secara sembunyi ataupun terang-terangan sebelum datang hari (kiamat) yang pada hari itu tidak ada jual beli dan persahabatan” (Q.S. Ibrahim: 31). (Tim Sygma Media Inovasi, 2014: 259)

5. Prinsip Keadilan

Prinsip Islam mengenai keadilan berlaku di semua wilayah kegiatan manusia, baik di bidang hukum, sosial, politik maupun ekonomi. Sebenarnya sistem ekonomi Islam didasarkan pada prinsip keadilan ini, yang meliputi seluruh aspek dasar perekonomian seperti produksi, distribusi, konsumsi dan pertukaran. Sistem sedekah, zakat,

pemberian sukarela, serta hukum waris, membantu dalam distribusi kekayaan antar kelas dalam masyarakat.

Di atas semua nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang telah diuraikan di atas, dibangunlah konsep yang memayungi kesemuanya, yakni konsep akhlak. Akhlak menempati posisi yang puncak, karena inilah yang menjadi tujuan Islam dan dakwah para Nabi, yakni untuk menyempurnakan akhlak manusia. Akhlak inilah yang menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya (Arif, 2018:94).

BAB 6

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut:

1. Hubungan antar pedagang yang ada di pasar Sidomulyo, mereka bersaing dengan sehat, dan tidak saling menjatuhkan antar sesama pedagang. Bahkan ada beberapa pedagang yang bekerjasama guna memenuhi stok barang dagang mereka.
2. Penerapan etika bisnis Islam pedagang di Pasar Sidomulyo berkaitan dengan takaran dan timbangan tidak ditemukan adanya kecurangan dalam timbangan.
3. Pedagang di pasar Sidomulyo dalam melakukan usaha berdagang telah memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi daya tarik pembeli dan juga kepuasan konsumen. Dengan menjaga kualitas produk yang ditawarkan atau mengklasifikasi produk berdasarkan kualitas, akan menjaga kepercayaan konsumen.
4. Dalam melayani konsumen, pedagang di pasar Sidomulyo bersikap ramah. Ramah menjadi kunci kenyamanan dan untuk menarik konsumen, juga diperlukannya perilaku yang baik terhadap konsumen.
5. Dalam penentuan harga, pedagang di pasar Sidomulyo menentukan harga barang yang diperjualbelikan secara transparan dimana pedagang

menentukan harga disesuaikan dengan perolehan stok barang, harga beli, jumlah pembelian, dan kesepakatan dari tawar menawar antara pedagang dan pembeli.

6.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teori

Hasil dari penelitian ini menguatkan dan mengembangkan teori pada ekonomi Islam, khususnya dalam etika bisnis Islam.

2. Implikasi Kebijakan

Penerapan etika bisnis Islam pedagang dapat menambah wawasan dan landasan dalam menentukan kebijakan dalam penerapan etika bisnis Islam pedagang, terutama bagi pihak atau lembaga yang membawahi pasar tradisional dan juga pihak kampus dalam memberi kebijakan dalam penelitian selanjutnya terkait penerapan etika bisnis Islam.

6.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang mungkin melemahkan hasil penelitian yang diperoleh. Beberapa keterbatasan diantaranya ruang lingkup penelitian hanya dilakukan di pasar Sidomulyo, sehingga hasil penelitian ini terbatas generalisasinya. Terbatasnya jumlah informan, sehingga hasil penelitian ini belum bisa tergeneralisasi dengan baik.

6.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain atas hasil penelitian ini.

1. Bagi pedagang di Pasar Sidomulyo diharapkan dalam menjalankan bisnis atau kegiatan berdagang yang dijalankan tetap memegang teguh nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh aturan Islam dalam situasi dan kondisi apapun. Karena hal tersebut dapat memberikan manfaat kepada diri sendiri dan orang lain.
2. Bagi pihak atau lembaga yang membawahi pasar tradisional diharapkan dapat tetap melaksanakan wewenangnya dengan baik untuk selalu mengawasi proses operasional pasar dan memberikan inovasi-inovasi baru untuk kemaslahatan bersama, khususnya kepada konsumen.
3. Bagi para peneliti selanjutnya, studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan maka diharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat membantu pengetahuan keilmuan di bidang ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Hendri Hermawan. 2013. Norma Dan Nilai Dalam Ilmu Ekonomi Islam. *Media*. (online) <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/media/article/view/909> Vol 21 No 1 (Diakses 18 Agustus 2021)
- Andariani, Tri. 2020. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Pedagang Sembako Di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung)*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. (online) <http://repo.uinsatu.ac.id/16180/> (Diakses 23 April 2021)
- Ar Rahmah, Rizka. 2020. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Waroeng Steak And Shake Medan. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*. (online) <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/8091> Volume V No. 2 (Diakses 20 April 2021)
- Arif, Muhammad. 2018. *Filsafat Ekonomi Islam*. UIN Sumatera Utara. (online) <http://repository.uinsu.ac.id/4592/> (Diakses 15 Agustus 2021)
- Assa'diyah, Siti Halimah. 2019. *Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Di Kedawung Mojo Kediri*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. (online) <http://repo.uinsatu.ac.id/11266/> (Diakses 23 April 2021)
- Athar, Gadis Arniyati. 2020. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara. *Wahana Inovasi : Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UISU*. (online) <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/wahana/article/view/2655> Volume 9 No. 1 (Diakses 13 Mei 2021)
- Badan Pusat Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). (online) <https://kbbi.web.id> (Diakses 24 April 2021)
- Badroen, Faisal. 2015. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group. Cet. 4
- Chaudhry, Muhammad Sharif. 2014. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*. Jakarta: Prenadamedia Group. Cet. 2
- Darwis, Rizal. 2017. Etika Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam. *Al-izzah Journal Hasil-Hasil Penelitian*. (online) <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-izzah/article/view/534> Volume 12 No 1 (Diakses 20 April 2021)

- Falucky, Yonna Ifan. 2017. *Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Tradisional Ngentrong Campurdarat Tulungagung)*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. (online) <http://repo.uinsatu.ac.id/6646/> (Diakses 08 Juni 2021)
- Handayani, Kristina. 2020. *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Pasar Tradisional Roworejo Kecamatan Negerikaton Kabupaten Pesawaran*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. (online) <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2906/> (Diakses 13 Mei 2021)
- Heryana, Ade. 2018. *Informan Dan Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif*. Universitas Esa Unggul. (online) <https://researchgate.net/publication/329351816> Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif (Diakses 19 Agustus 2021)
- Hidayat, M Rasyid dan Rahmaniah, Amelia. 2019. Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Journal of Islamic and Law Studies*. (online) <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/jils/issue/view/472> Volume 3 Nomor 2 (Diakses 23 April 2021)
- Idri. 2017. *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Depok: Kencana
- Irawan, Heri. 2017. *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai*. Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar. (online) <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/1850/> (Diakses 23 April 2021)
- Jamaludin, dan Dudang Gozali. 2018. Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pasar Mana'ib Tqn Suryalaya. *Mutawasith Jurnal Hukum Islam*. (online) <http://jurnal.iailm.ac.id/index.php/mutawasith/article/view/129> Volume 1 No 1 (Diakses 20 April 2021)
- Jubaedi, Dkk. 2018. Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Universitas Ibn Khaldun Bogor). *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*. (online) <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/EKLEKTIK/article/view/4897> Volume 9 Nomor 2 (Diakses 23 April 2021)
- Latif, Abdul. 2014. Nilai-Nilai Dasar Dalam Membangun Ekonomi Islam. Diktum: *Jurnal Syariah dan Hukum*. (online) <https://ejournal.iainpare.ac.id/index.php/diktum/article/view/211> Vol 12 No 2 (Diakses 18 Agustus 2021)

- Lesmana, Meichio. Dkk. 2020. Analisis Penerapan Etika Jual Beli Islami Dalam Meminimalisir Distorsi Pasar Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pasar Induk Giwangan Yogyakarta). *Islamic Economics Journal*. (online) <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/JEI/article/view/4865> Volume 6 Nomor 2 (Diakses 23 April 2021)
- Malaka, Mashur. 2014. Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha. *Al-'Adl*. (online) <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/al-adl/article/view/218> Vol 7 No 2 (Diakses 18 Agustus 2021)
- Mujahidin, Akhmad. 2017. *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrument, Negara, dan Pasar*. Depok: Rajawali Pers.
- Muthmainnah. 2019. *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. (online) <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/10481/> (Diakses 02 Agustus 2021)
- Republik Indonesia. 1999. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Presiden Republik Indonesia. (online). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999> (Diakses 02 Juni 2021)
- Republik Indonesia. 2007. *Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Pengelolaan Pasar Desa*. Jakarta: Kementerian Dalam Negeri. (online) <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/126417/permendagri-no-42-tahun-2007> (Diakses 02 Juni 2021)
- Republik Indonesia. 2016. *Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2016 Tentang Pengelolaan Aset Desa*. Jakarta: Kementerian Dalam Negeri. (online) <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/111552/permendagri-no-1-tahun-2016> (Diakses 02 Juni 2021)
- Rinawati. 2020. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Karisa Jeneponto*. Universitas Muhammadiyah Makassar. (online) <https://digilib.unismuh.ac.id/dokumen/detail/11349/> (Diakses 10 Juni 2021)
- Roihuddin, Ahmad. 2018. *Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Mangkang Semarang Dalam Pandangan Etika Bisnis Islam*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. (online) <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/8984/> (Diakses 15 Juni 2021)
- Salfianur. Dkk. 2021. Implementasi Etika Bisnis Pedagang Islam Dalam Transaksi Akad Bay' Al-Salam. *Asy-Syarikah Jurnal Lembaga Keuangan*,

Ekonomi dan Bisnis Islam. (online)
<http://journal.iainsinjai.ac.id/index.php/asy-syarikah/article/view/545>
Volume 3, No. 1 (Diakses 23 April 2021)

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Cet. 27

Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. Ed. 3

Tiakoly, Kataruddin. Dkk. 2019. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran di Pasar Tradisional Gamalama. *Jurnal Iqtisaduna*. (online)
<http://103.55.216.56/index.php/Iqtisaduna/article/view/10812> Volume 5 Nomor 1 (Diakses 20 April 2021)

Tim Sygma Media Inovasi. 2014. *Al-Qur'an Terjemah & Tajwid*. Bandung: Sygma Creative Media Corp.

Wati, Ambar. 2021. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan. *El-mal Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*. (online)
www.jurnal.laaroiba.ac.id/index.php/elmal/article/view/344 Vol 2 No 2 (Diakses 20 April 2021)

Wati, S. dan Nurhadi. 2019. Analisis Konsep Etika Bisnis Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Selasa Panam Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Perspektif Ekonomi Islam. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*. (online)
<http://www.jurnalmandiri.com/index.php/mandiri/article/view/55> Vol. 3 No. 1 (Diakses 23 Juni 2021)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

NIM	1713110030	
NAMA	M. MAHMUD IKHSAN	
FAKULTAS	EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
PROGRAM STUDI	S1 EKONOMI SYARIAH	
PERIODE	20202	
JUDUL	ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL SIDOMULYO KECAMATAN TUNGKAL ILIR SUMATERA SELATAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM	

No	Periode	Tanggal Mulai	Tanggal Selesai	Urutan Masalah	Bimbingan
1	20202	13 Juli 2021	13 Juli 2021	Bimbingan IX	Konsultasi BAB 4
2	20202	04 Mei 2021	04 Mei 2021	Bimbingan VIII	Konsultasi Pasca Sengaja
3	20202	25 April 2021	25 April 2021	Bimbingan VII	ACC BAB 1-3
4	20202	24 April 2021	24 April 2021	Bimbingan VI	Konsultasi Bab I & dan II
5	20202	22 April 2021	22 April 2021	Bimbingan V	Konsultasi Bab I dan II
6	20202	18 April 2021	18 April 2021	Bimbingan IV	Konsultasi Bab I dan II Perbedaannya Fokus Penelitian dan Masalah Penelitian itu apa pak?m1. Masalah Penelitian menjabarkan tentang Focus Penelitian.m2. Baca apa skripsi yg sdh ada kalo mau mempelajari bagaimana cara menjabarkan masalah
7	20202	12 April 2021	12 April 2021	Bimbingan III	Judul di ACC Dekan : mANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR TRADISIONAL SIDOMULYO KECAMATAN TUNGKAL ILIR SUMATERA SELATAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
8	20202	07 April 2021	07 April 2021	Bimbingan II	Mengajukan Judul Baru : mANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PARA PEDAGANG SEMBAKO DI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI ISLAM (Studi kasus di pasar tradisional sidomulyo kecamatan tungkal ilir, Sumatera Selatan)
9	20202	05 April 2021	05 April 2021	Bimbingan I	Pengajuan Judul Skripsi : mAnalisis Penerapan Etika Bisnis Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUASIN
KECAMATAN TUNGKAL ILIR
DESA SIDOMULYO

Alamat: Jln. Jendral Sudirman Lintas Bertak Kode Pos 30781

SURAT KETERANGAN

Nomor: 140 / 203 / SM/SK/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Banyuwangi, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : M. Mahmud Ikhsan
NIM : 17131110030
Jenis kelamin : Laki-laki
Tempat Tanggal lahir : Mercubuana, 13 November 1998
Agama : Islam
Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Alamat : Rt. 12 Dusun 02 Desa Sidomulyo

Nama tersebut di atas benar-benar telah melaksanakan kegiatan penelitian di Pasar Desa Sidomulyo pada bulan Juni sampai dengan Juli 2021. Dengan judul penelitian "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Tradisional Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Sumatera Selatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam".

Demikian surat ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Sido Mulyo
Pada Tanggal : 21 Juli 2021

Kepala Desa Sidomulyo,



SUDARMAN



INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM

IAIDA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

TERAKREDITASI

BLOKAGUNG - BANYUWANGI

Alamat : P.o. Pos. Darussalam Blokagung 62174 Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 69491 No. Hp: 08525845333, Website: www.iaida.ac.id, E-mail: iaidablokagung@gmail.com

**PENGESAHAN REVISI UJIAN SKRIPSI
TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Nama : M. Mahmud Ikhwan
NIM : 17131110030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy) / Perbankan Syariah (PSy)

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Etika BSMIS Islam
Pedagang di Pasar Tradisional Sidomulyo
Kec. Turyadilir Sumatera Selatan dalam
Perspektif Ekonomi Islam

Telah dilakukan revisi sesuai dengan catatan dari hasil ujian yang telah dilaksanakan pada sidang Ujian Skripsi pada hari Sabtu tanggal 31 Juli 2021.

Blokagung, 31 Juli 2021

Mengetahui,

Pembimbing

Muhammad Annas Miftah

Dekan



Lely Ana Feriawati Ekaningsih, SE., MH., MM.
NID. 3150425027901

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : M. Mahmud Ikhsan
NIM : 17131110030
TTL : Mercubuana, 13 November 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Prodi : Ekonomi Syariah (ESY)
Alamat : Sidomulyo, Tungkal Ilir, Banyuasin,
Sumatera Selatan

Riwayat Pendidikan Formal

Jenjang Pendidikan	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Nama Sekolah / Perguruan Tinggi	Bidang Studi
SD/MI	2004	-	SD N 1 Mercu Buana, Tulang Bawang, Lampung	-
	2006	2010	SDN 023 Sei. Ubo, Indragiri Hulu, Riau	-
SMP	2010	2013	SMP N 1 Tungkal Ilir, Banyuasin, Sumatera Selatan	-
SMA/SMK	2013	-	MA Wahid Hasyim, Sleman, D.I. Yogyakarta	-
	2014	2016	SMK Al-Fudhola', Musi Banyuasin, Sumatera Selatan	Teknik Komputer dan Jaringan
S1	2017	2021	Institut Agama Islam Darussalam Blokagung, Banyuwangi	Ekonomi Syariah

Pengalaman Organisasi

1. Sekretaris Dewan Racana Mbah Yai Syafa'at (UKM Pramuka) IAIDA periode 2018-2019
2. Ketua Dewan Racana Mbah Yai Syafa'at (UKM Pramuka) IAIDA periode 2019-2020
3. Pemangku Adat Dewan Racana Mbah Yai Syafa'at (UKM Pramuka) IAIDA periode 2020-2021

Banyuwangi, 30 Agustus 2021

M.Mahmud Ikhsan