

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS
DI PASAR TRADISIONAL GENDOH KECAMATAN SEMPU
KABUPATEN BANYUWANGI DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM**

Salimatul Rofita

*Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi
Email : Salimatulrofitagmail.com*

Abstract

This study aims to describe the understanding of Islamic business ethics for traditional market traders in Gendoh, Sempu District, Banyuwangi Regency, to determine the application of business ethics for traders at Gendoh traditional market, Sempu District, Banyuwangi Regency in the perspective of Islamic business ethics. Qualitative research methods, the type of case study research collected from interview, observations, documentation. The result showed that traders at Gendoh Traditional Market, Sempu District, Banyuwangi Regency in carrying out their business activities have understood Islamic business ethics. Traders have also applied business ethics in accordance with the sharia which includes several principles, namely, the principle of justice, the principle of free will, and the principle of justice. The principle of responsibility, the principle of truth.

Keywords: Business, Ethics, Islamic business ethics, Traders.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemahaman etika bisnis islam pedagang pasar tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi, untuk mengetahui penerapan etika bisnis pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam perspektif etika bisnis islam. Metode penelitian kualitatif, jenis penelitian studi kasus dikumpulkan dari wawancara, observasi, dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam menjalankan aktivitas bisnis nya telah memahami etika bisnis islam. Pedagang juga telah menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan syariat yang didalamnya terdapat beberapa prinsip yaitu, prinsip keadilan, Prinsip kehendak bebas, Prinsip tanggung jawab, Prinsip kebenaran.

Kata kunci: Bisnis, Etika, Etika bisnis islam, Pedagang.

A. Pendahuluan

Aktivitas jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu tempat untuk melakukan jual beli yaitu pasar. Pasar menjadi jantung perekonomian tersendiri bagi masyarakat

dalam meningkatkan pendapatan daerah. Terlebih lagi yaitu pasar tradisional. Pasar tradisional sangat berpengaruh terhadap kelangsungan perekonomian dalam menunjang pertumbuhan ekonomi nasional. Seorang muslim harus mengikuti ajaran nabi muhamad dalam setiap melakukan aktivitas ekonomi. Pasar sendiri merupakan ladang bisnis, tempat orang-orang untuk berkumpul dengan tujuan melakukan tukar-menukar kepemilikan barang atau jasa dengan uang (Untung, 2012:72-95).

Pasar dibagi menjadi dua macam yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan pasar di mana kegiatan penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Sedangkan pasar modern adalah penjual dan pembeli tidak melakukan aktivitas transaksi jual beli secara langsung. Pesatnya pertumbuhan ekonomi menimbulkan persaingan bisnis yang begitu tinggi juga. Para pedagang melakukan segala cara agar bisa mendapatkan keuntungan yang tinggi bahkan para pedagang seringkali melakukan kecurangan ataupun mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Namun disamping tujuan tersebut, hakikat dari kegiatan bisnis itu adalah untuk memenuhi kebutuhan sebagai makhluk sosial (Zahrom, 2015:13). menurut Huda (2017) Etika merupakan seperangkat prinsip moral yang memungkinkan seseorang untuk membedakan antara hal-hal mana yang baik dan mana yang buruk.

Etika Bisnis Islam merupakan penerapan perilaku atau akhlak dalam menjalankan bisnis untuk mencari keuntungan namun tidak keluar dari perilaku, moral atau norma-norma ajaran Islam dalam menjalankan bisnis Islam. Etika bisnis merupakan suatu bidang ilmu ekonomi yang terkadang dilupakan banyak orang, padahal melalui etika bisnis inilah seseorang dapat memahami suatu bisnis persaingan yang sulit sekalipun, artinya etika merupakan sebuah aturan dalam menjalankan bisnis (Fahmi, 2014:3). Etika bisnis Islam bertujuan kepada manusia agar saling menjalin kerjasama, tolong-menolong, dan juga menjauhkan diri dari sifat dengki, dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah. Etika bisnis Islam juga berfungsi sebagai pengontrol terhadap aktivitas ekonomi, karena pada dasarnya etika menjadi perbuatan standar yang memimpin individu. Maka

pengetahuan akan etika bisnis Islam harusnya dimiliki dan dipahami oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi (Labib, 2018:45).

Terutama para pedagang yang melakukan transaksi jual beli di pasar tradisional. Masih banyak para pedagang di pasar tradisional yang tidak menerapkan etika bisnis Islam yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Seperti timbangan yang dikurangi, menjual barang yang cacat, menaikkan harga tidak sesuai aturan, dan juga mengoplos barang yang berkualitas baik dengan yang buruk. Konsep pasar dalam Islam merupakan pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syariah seperti keadilan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal. Rasulullah mengajarkan kepada setiap umatnya agar tidak membuat orang lain rugi. Modal merupakan salah satu peran yang sangat penting dalam melakukan aktivitas usaha. Menurut Alma (2011) Modal merupakan hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Dalam perkembangannya kemudian modal ditekankan pada nilai, daya beli atau kekuasaan memakai atau menggunakan yang terkandung dalam barang-barang modal. Bagi para pedagang tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi keberadaan modal bisa dipengaruhi dari modal sendiri, modal dari pemasok barang yang diperdagangkan (*supplier*), pinjaman dari lembaga keuangan serta sumber modal lainnya. Pasar Tradisional Gendoh merupakan Pasar Tradisional yang berada dalam naungan pemerintah kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Pedagang menempati kios-kios yang sudah disediakan oleh pemerintah yang dibangun secara permanen. Pengecer memerlukan modal untuk pembelian barang dagangan yang akan disalurkan kepada konsumen. Jadi kebanyakan para pedagang mengambil modal dari supplier mereka masing-masing.

B. Landasan teori

Etika Bisnis Islam

Pengertian Etika

Etika secara terminologi merupakan pembelajaran sistematis tentang baik atau buruk, benar atau salah, tabiat konsep nilai dan lain sebagainya. Serta prinsip secara umum yang membenarkan kita dalam mengaplikasikannya atas apa saja. dalam arti lain etika adalah seperangkat prinsip dan dimana para pelaku bisnis harus memiliki suatu komitmen dalam bertransaksi, perilaku dan berelagasi agar

bisnis dengan koridor yang baik. Menurut Qardawi, dalam bukunya Djakfar (2007:21). Fahmi menyatakan (2014) bahwa etika dapat diartikan sebagai nilai-nilai dan norma-norma moral dalam suatu masyarakat. Seperti apa yang diperbolehkan dan apa yang tidak diperbolehkan serta pantas dilakukan atau tidak pantas dilakukan. Adapun tujuan etika adalah mempelajari lebih dalam dari pengalaman manusia, yaitu bahwa manusia mampu membedakan yang benar dari yang salah.

Pengertian Bisnis

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai” *the buying and selling of goods and service*” (Nilava, 2020:3). Bisnis adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para entterpreneur dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan keuntungan (Hendra, 2018:45).

Bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang atau jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Bisnis dalam Al-qur’an dijelaskan melalui kata tjiarah, yang mencakup dua makna, yaitu:pertama, perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan allah. Seperti ketika seseorang membeli pentunjuk allah dengan kesesatan, maka ia termasuk seseorang yang tidak beruntung (Nilava, 2020:7). Adapun makna tjiarah yang kedua adalah perniagaan secara khusus, yang berarti perdagangan ataupun jual beli antar manusia. Hal ini diharapkan agar para pebisnis atau pedagang dapat berbuat kebaikan dan tidak melakukan perdagangan di luar syariat Islam. Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa bisnis Islam merupakan suatu aktivitas usaha yang terjadi atas dasar saling menguntungkan dan tidak dibatasi oleh kualitas kepemilikan barang atau jasa.

Pengertian Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan norma-norma etika yang dilandaskan pada Al-qur’an dan Hadits yang dijadikan pedoman oleh siapapun yang hendak melaksanakan bisnis. Yang didalamnya terdapat prinsip-prinsip moralitas

(Nilava, 2020:5). Etika bisnis juga di artikan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana setiap pelaku bisnis harus berkomitmen dalam bertransaksi, serta berperilaku dan berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Etika bisnis dapat diartikan sebagai peraturan tidak tertulis sebagai landasan norma dan perilaku yang harus dipatuhi oleh seluruh lapisan dalam perusahaan.

Dapat di simpulkan etika bisnis merupakan seperangkat perilaku yang mengatur tentang baik buruknya seseorang dan benar salahnya seseorang dalam menjalankadalam menjalankan usahanya.

Pengertian Etin suatu usah agar dapat mencapai tujian tanpa merugikan salah satu pihak dan selamat

ka Bisnis Islam

Etika bisnis dalam Islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Dalam Islam etika bisnis sudah banyak dibahas di Al-qur'an dan Sunnah Rasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya (Nilava, 2020:6). Etika bisnis tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang atau jasanya yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi tersebut. Etika bisnis Islam adalah penerapan sikap dan perilaku yang simpatik, sikap sahabat dengan orang lain, dan kemudian sebaliknya orang lain pun akan lebih mudah bersahabat dan mau bermitra dengannya (Alma, 2003:76).

Jenis-jenis Prinsip Etika Bisnis Islam

1. Prinsip kebenaran (Kejujuran)

Menurut Islam kebenaran adalah ruh keimanan, yang menjadi simbol utama orang-orang mukmin dan para Nabi. . Secara obyektif, ukuran baik dan buruk, atau benar dan salah dipengaruhi oleh akal yang menjadi sifat kudrat manusia sebagai manusia yang berakal. Dalam aktivitas usaha berperilaku yang sesuai dengan akal adalah ukuran dari kebaikan, di mana akal memberikan tempat di atas nafsu, keinginan, kebutuhan, dan rasa yang dikendak. Keinginan, kebutuhan, dan rasa dikendalikan oleh akal, sehingga segala sesuatu berdasarkan pada akal, bukan sebaliknya. Dalam dunia usaha (bisnis) kebenaran dan kebaikan

sangatlah diperlukan, sebab tanpa kebenaran dan kebaikan bisnis akan terancam dan tidak berkesinambungan.

2. Prinsip Tanggung Jawab

Konsep tanggung jawab sangat ditekankan oleh ajaran Islam dalam hidup dan kehidupan manusia termasuk di dalam tanggung jawab terhadap bisnis. Menurut konsep Islam, segala aktivitas usaha termasuk usaha bisnis harus dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab. Secara objektif ukuran tanggung jawab dapat dilihat dari tanggung jawab pedagang kepada pembeli terhadap barang dagangannya.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan hal yang penting dalam etika bisnis Islam. Akan tetapi jangan sampai kebebasan ini mengganggu atau merugikan kepentingan bersama atau orang lain. Islam memperbolehkan umatnya untuk berinovasi dalam muamalah khususnya dalam kegiatan bisnis, akan tetapi Islam tidak memperbolehkan umatnya untuk melakukan hal-hal yang diharamkan oleh dalil. Secara objektif ukuran kehendak bebas dilihat dari kedua belah pihak tanpa ada paksaan.

4. Prinsip Keadilan

Keadilan dapat diartikan sebagai kesadaran untuk memberikan sesuatu kepada orang lain sesuai dengan haknya. Termasuk juga dalam berbisnis. Seorang pebisnis harus menerapkan keadilan dalam setiap transaksi yang dilakukannya. Secara objektif ukuran keadilan dilihat dari kedua belah pihak mendapatkan kesempatan yang sama dalam mendapatkan keadilan untuk melaksanakan kewajibannya dan memperoleh haknya tanpa ada dari kedua belah pihak, mengalami rintangan dan paksaan atas keadilan tersebut.

Metode penelitian

Jenis Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Sugiono, 2013:10). Dengan pendekatan penelitian ini, peneliti akan membuat deskripsi tentang gambaran

objek yang diteliti secara sistematis, baik itu mengenai fakta, sifat serta berbagai hal yang terkait dengan tema penelitian. Pendekatan kualitatif digunakan karena data yang dibutuhkan berupa sebaran-sebaran informasi yang tidak perlu dikuantifikasikan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di pasar tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dan Waktu penelitian dimulai pada tanggal 05-04-2021 sampai 15-05-2021.

Informan

Informan kunci dalam penelitian ini adalah beberapa pedagang, pembeli yang ada di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini juga menggunakan informan pendukung yaitu Kepala Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi yang dapat memberikan informasi tentang kondisi dan juga sejarah Pasar.

Data dan Sumber Data

Jenis Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber, yaitu:

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari informan yaitu orang yang berpengaruh dalam proses perolehan data. Data primer diambil dari sumber pertama yang ada dilapangan. Data diperoleh melalau wawancara. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang diperoleh secara langsung dari pedagang dan pembeli Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.
2. Data Sekunder adalah data yang diambil dari jurnal yang memiliki bahasan yang hampir sama dengan penelitian ini. jurnal tersebut dapat digunakan sebagai dasar bahasan atau mengembangkan lebih lanjut hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun data yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkenaan dengan data pedagang yang menetap di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi yakni berupa Data-data Pasar, Struktur Pasar dan juga Jumlah pedagang.

Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan yaitu:

1. Observasi

Dalam melakukan observasi, peneliti datang langsung ke lokasi objek penelitian yakni Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi untuk mengetahui keadaan sekitar lokasi dan juga agar mendapatkan data-data yang benar sesuai penelitian yang dilakukan.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2015) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Pada penelitian ini wawancara dilakukan pada pedagang dan pembeli di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi.

3. Dokumentasi

Pada penelitian ini dokumentasi diambil dari objek lapangan yaitu di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi untuk memperkuat data dalam proses penelitian.

Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2013) Dalam penelitian kualitatif uji keabsahan meliputi *uji credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reabilitas), dan *confirmability* (objektivitas).

1. Uji *credibility* (validitas internal)

uji credibility adalah uji kepercayaan dari data yang telah dihasilkan selama proses penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2013) uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan membercheck.

2. Uji *Transferability* (validitas eksternal)

Menurut Sugiyono (2015) uji *transferability* adalah teknik untuk menguji validitas eksternal didalam penelitian kualitatif. Uji ini dapat menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel diambil.

3. *Dependability*(reabilitas)

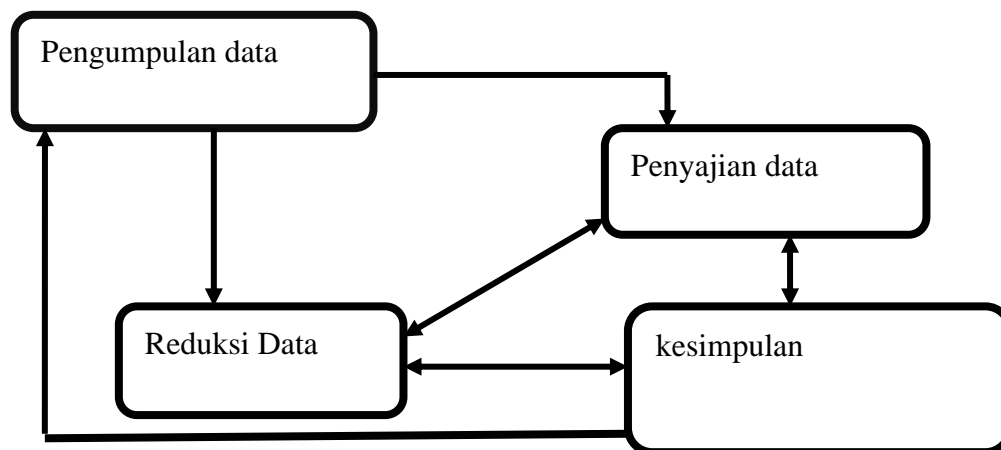
Penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula. Pengujian dependability dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian.

4. *Confirmability* (objektivitas)

Menguji hasil penelitian dengan proses yang dilakukan triangulasi sumber yaitu dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Alat Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuansatuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Racao, 2010:34). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahap yaitu: reduksi data, penyajian data, pengumpulan data dan kesimpulan.



C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pemahaman Etika Bisnis Di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk menyediakan barang dan jasa dengan tujuan memperoleh keuntungan. Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien (Hendra, 2018: 5).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa dalam berdagang mayoritas para pedagang berperilaku Baik. Hal tersebut ditunjukkan pedagang yang bersikap jujur dalam kegiatan berdagang. Dalam berdagang mereka dituntut untuk tidak hanya fokus pada keuntungan semata, namun juga harus berusaha menerapkan perilaku pedagang yang sesuai dengan syariat Islam. Mereka memahami jika kita menerapkan berdagang dengan cara yang baik maka akan mendapatkan hasil yang baik pula.

1. Berdasarkan temuan penelitian yang dibahas, diketahui bahwa pemahaman para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi terkait etika bisnis Islam yaitu: pedagang Pasar Tradisional Gendoh meyakini kunci utama dalam berdagang adalah bersikap jujur. Sifat jujur pedagang ditunjukkan dengan mengatakan kondisi yang sebenarnya tentang barang dagangannya. Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas barang. Dengan menerapkan sifat jujur, secara tidak langsung menjadi kesan sendiri bagi pembeli untuk berlangganan berbelanja karena sifat pedagang.
2. Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh dalam menjalankan kegiatan bisnisnya telah memahami etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam. Para pedagang menerapkan pemahaman prinsip-prinsip dalam etika bisnis dalam tinjauan etika bisnis Islam sebagai berikut:
 - a. Pemahaman etika bisnis Islam oleh pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi terkait prinsip keadilan. Para pedagang memahami bahwa dalam berdagang seseorang berperilaku adil dan seimbang terhadap konsumen. Para pedagang tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya. Para pedagang mengatakan terkait harga yang ditetapkan sesuai kualitas barang. Dalam menimbang mereka berusaha menimbang sesuai dengan takaran yang pas. Prinsip keadilan

dilakukan agar hak pembeli terpenuhi sehingga antara penjual dan pembeli tidak ada yang dirugikan.

- b. Pemahaman etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi terkait prinsip kehendak bebasan. Prinsip kehendak bebas adalah salah satu prinsip etika bisnis Islam. Para pedagang memahami bahwa dalam berdagang tidak boleh memaksa kehendak pembeli. Pedagang tidak boleh memaksa pembeli untuk membeli barang dijualnya. Pedagang juga tidak marah jika ada pedagang lain yang menjual barang dagangan yang sama.
- c. Pemahaman etika bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi terkait prinsip tanggung jawab. Prinsip tanggung jawab adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia untuk memenuhi tuntutan keadilan (Hendra, 2018:66). Manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakan secara logis. Para pedagang menjelaskan terkait kondisi barang dagangannya. Apabila terdapat kecacatan dari barang dagangannya pedagang harus memberi tahukannya dan apabila mendapati konsumen yang komplek maka akan direspon dengan baik.
- d. Pemahaman etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi terkait dengan prinsip kebenaran. Prinsip kebenaran yaitu sikap, niat, dan perilaku benar yang meliputi proses transaksi, proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan, maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan (Hendra, 2018:66). Para pedagang memahami bahwa dalam melayani konsumen harus dilakukan dengan sepenuh hati. Para pedagang dalam melayani pembeli dengan sikap yang baik, ramah dan murah senyum. Mereka juga memperbolehkan pembeli untuk bertanya-tanya meskipun tidak membelinya. Para pedagang memahami tidak boleh memanipulasi barang dagangan karena itu dapat merugikan pembeli. Prinsip kebenaran diterapkan dengan kemurahan hati dalam bentuk memberikan sikap melayani yang ramah dan bersikap sopan.

Implementasi Etika Bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Etika dalam Islam menyangkut norma dan tuntutan atau anjuran yang mengatur sistem kehidupan individu atau masyarakat dalam interaksi hidup antar individu dalam konteks berhubungan dengan Allah dan lingkungan. Etika bisnis adalah etika untuk berbisnis secara baik dan fair dengan menegakan hukum dan keadilan secara konsisten dan konsekuen (Hendra, 2018:27). Dalam islam etika bisnis terdapat beberapa prinsip yang menjadi prinsip dasar yang harus diketahui oleh setiap pelaku usaha. Prinsip etika bisnis Islam merupakan etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai al-qur'an. Berikut implementasi etika bisnis di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam Perspektif Etika Bisnis Islam sebagai berikut:

1. Prinsip Keadilan

Implementasi etika bisnis Islam di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam prinsip keadilan ditunjukkan dengan tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya. Mereka juga berusaha melayani pembeli dengan sebaik mungkin, menimbang sesuai dengan takaran yang adil dan seimbang. Selain beberapa hal tersebut dalam menerapkan prinsip keadilan dapat digambarkan dengan memberikan kepuasan dan menciptakan rasa percaya pembeli kepada pedagang. Mayoritas para pedagang juga sudah memberikan takaran yang pas dan tidak merugikan pembeli. Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi selalu berusaha untuk menyediakan barang dagangan dengan kualitas yang baik. Tetapi terkadang ada pedagang yang mencampur atau menyembunyikan barang yang cacat dengan barang yang masih bagus, sehingga pembeli tidak melihat ada barang yang cacat. Hal tersebut dilakukan agar mendapatkan keuntungan yang lebih dan menghindari kerugian. Namun hal tersebut bukanlah prinsip keadilan yang sesuai dengan etika bisnis Islam. Sebagaimana firman Allah SWT pada surat AL-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَىٰ آلَا تَعْدِلُوا
إِعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: *wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah,(ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak*

adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah maha teliti apa yang kamu kerjakan. (Usman, 2012: 108)

2. Prinsip kehendak bebasan

Kehendak bebas merupakan salah satu prinsip etika bisnis Islam. Kebebasan diberika kepada para pembeli dengan catatan tidak merugikan orang lain atau sudah sesuai dengan aturan agama Islam. Beberapa penerapan prinsip kehendak bebas yang diterapkan oleh para pedagang. Salah satunya yaitu tidak memaksa pembeli yang lewat untuk membeli ditempatnya. Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi menerapkan prinsip kehendak bebasan dapat digambarkan dengan sikap para pedagang yang tidak memaksa pembeli untuk membeli ditempatnya, dan tidak menolak jika ada pedagang lain yang berdagang barang yang sama. Selama hal itu dilakukan dengan cara persaingan yang sehat. Sebagaimana Firman Allah dalam surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya, Allah adalah maha penyayang kepadamu”. (Usman, 2012:83)

3. Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab adalah prinsip dimana manusia diberi kebebasan tetapi juga harus mempertanggung jawabkan tindakannya secara logis. Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi menerapkan prinsip tanggung jawab dengan mendengarkan dan menerima konplon dari para konsumen. Apabila ada barang yang cacat mereka mau mengganti dengan barang yang baru. Selain memberikan jaminan kepada para konsumen, mereka selalu berupaya memastikan bahwa dagangan nya dalam kondisi yang layak dijual. Selain itu, mereka juga memisahkan antara barang dagangan yang layak dan tidak layak untuk dijual. Sebagaimana firman Allah Swt dalam surat Al-Isra ayat 34 yang berbunyi:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حِصَّتِي يُبْلَغُ أَشَدُّ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya: “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai dia dewasa, dan penuhilah janji, karena janji itu pasti diminta pertanggung jawabannya”. (Usman, 2012: 285)

4. Prinsip Kebenaran

Prinsip kebenaran dalam konteks ini, selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, juga mengandung dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Para pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi menerapkan prinsip kebenaran ditunjukkan dengan melayani dengan sepenuh hati terhadap pembeli. Para pedagang memberi tahu kondisi barang dagangannya dengan benar. Pedagang juga tidak pernah memanipulasi barang dagangannya. Dalam pelayanan, mereka berusaha melayani dengan baik. Karena menurut mereka dengan mengoptimalkan pelayanan dengan baik maka tidak menutup kemungkinan para konsumen yang pernah datang akan kembali lagi dan menjadi langganannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Anfal ayat 27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahuinya.* (Usman, 2012: 180)

D. Kesimpulan

Berdasarkan Pembahasan penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pedagang di Pasar Tradisional Gendoh Kecamatan Sempu Kabupaten Banyuwangi dalam menjalankan aktivitas bisnis nya telah memahami etika bisnis islam. Mereka memahami bahwa dalam berdagang harus menyertakan niat ibadah kepada Allah SWT, berlaku jujur, tidak membedakan siapa yang membeli, bersikap adil dalam timbangan, tidak menyembunyikan kecacatan barang dagangan, tidak memaksakan, memberi respon yang baik, selalu ramah kepada setiap pembeli yang datang, bertanggung jawab apa bila ada kerusakan barang. Pedagang juga telah menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan syariat yang didalamnya terdapat beberapa prinsip yaitu, prinsip keadilan, bersikap adil dan

seimbang dalam timbangan. Prinsip kehendak bebasan, pedagang memberikan kebebasan kepada pedagang lain yang berjualan, tidak memaksakan kehendak para pembeli. Prinsip tanggung jawab, pedagang bertanggung jawab ketika ada konsumen yang komplek. Prinsip kebenaran yang diterapkan oleh para pedagang meliputi dengan berupaya untuk berkomunikasi dengan baik dan ramah

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'rufah. 2014. Manajemen Bisnis Syariah. *Ekuitas: jurnal Iqtisaduna*. Volume 5 nomor 1, juni 2019:102-103. P-ISSN 2460-805X E-ISSN: 2550-0295.
- Alma, Buchari. 2003. Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam. *Ekuitas: jurnal Dusturiyah*. Volume 8. Nomer 1, januari-juni 2018. 79-95. E-ISSN. 2580-5363 P-ISSN. 2088-5363.
- Alma, Buchari. 2011. Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam. Bandung: alfabeta.
- Anggito, Albi. & Johan, Setiawan. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV. Jejak redaksi.
- Anoraga, Panji. 2011. Pengantar Bisnis. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Arifin, Johan. 2009. Etika Bisnis Islami. Semarang : Walisongo Press.
- Arline, Dheka Hesty. 2020. "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam". Skripsi IAIN Purwokerto: fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Djakfar, Muhamad. 2007. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam". Skripsi UIN Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Fahmi, Irham. 2014. Etika Bisnis Islam: hal 3. Bandung: alfabeta.
- Huda, Nurul. 2017. Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi: hal 113. Depok: kencana.
- Hafid, Hamzah. & Yaksan, Hamzah. 2014. Etika Bisnis Islam. Makasar: Kretakupa.
- Hendra, Joki. 2018. Etika bismis islam. Bandung: Manggu Makmur tanjong lestari.
- Haryanti, Nine. 2019. " Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di PD Pasar Tradisional Pancasila Tasikmalaya ". *Ekuitas: jurnal Ekonomi Syariah* volume 4 nomer 2 november 2019. E-ISSN 2714-769x P-ISSN 2548-50

- Kusnia, Siti Mina. 2015 “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Skripsi walisongo: fakultas Ekonomi dan bisnis Islam.
- Labib, mz.2018. Etika Bisnis Dalam Islam. Ekuitas: jurnal Dusturiah.volume 8,nomor 1 januari-juni 2018:72-95. E-ISSN.2580-5363.P-ISSN.2088-5363
- Muna, Chasanul Arif. 2011”Prinsip-Prinsip Penanganan Kemiskinan Di Madinah Pada Masa Nabi Muhamad SAW.”JHI, vol 9, nomer 2, Desember 2011
- Muhamad. 2004. Etika Bisnis Islami. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mursid, Muhamad. 2014. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nilava, Ihna. 2020 “Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri”. Ekuitas: jurnal At-Tamwil volume 2 nomer 2 september 2020. E-ISSN 2721-7567 P-ISSN 2615-4293
- Patmasari, Yeni. 2021. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Skripsi Tuluagung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Dalam Negeri.
- Racao. 2010. Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya. Jakarta: PT Grasindo.
- Rahmadani, Dyan Arum. 2017. “Perilaku Pedagang Di Pasar Tradisional Petepamus Makasar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Skripsi Universitas Islam Negeri Alaudin Makasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Sari, Nilam. 2018 “ Praktik Pedagang Pasar Tradisional: Fakta Dan Solusi Penerapan Etika Bisnis Islam”. Ekuitas: Jurnal Dusturiyah. Volume 8, nomer 1 (januari-juni) 2018: 72-95. E-ISSN. 2530-5363. P-ISSN. 2008-5363.
- Sugiyono. 2013.Metode Penelitian Manajemen . Bandung: Alfabeta 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2015. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. bandung: alfabeta.
- Tiakoly, katarudin. 2019. “ Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Pedagang Barang Campuran Di Pasar Tradisional Gamalama”. Ekuitas: jurnal

Iqtisaduna volume 5 nomor 1 juni 2019 102-123. E-ISSN 2550-0295 P-ISSN 2460-805X

- Usman. 2012. Al-quran Dan Terjemah Cordoba : PT Cordoba International Indonesia.
- Wadrianto. 2010. Waspada! Kecurigaan Pada Timbangan. Denpasar. <https://regional.kompas.com/read/2010/08/12/12483841/~Regional~Indonesia%20Timur>. Diakses pada tanggal 16-04-2021 pukul 21:45 WIB.
- Wati, Ambar. 2021."Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan". Ekuitas: jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam volume 2 nomer 2 2021. 184-200. E-ISSN 2474-0490
- Wisnubrata. 2011. Pedagang Terpegok Curangi Timbangan. Denpasar. <https://regional.kompas.com/read/2011/07/05/08283946/~Regional~Indonesia%20Timur>. Diakses pada tanggal 16-04-2021 pukul 22:10 WIB.
- Untung, Budi. 2012, Hukum Dan Etika Bisnis. Ekuitas:jurnal Dusuriyah volume 8 nomer 1 januari-juni 2018.72-95. E-ISSN.2580-5363 P-ISSN. 20088-5363.
- Zain, Fadlan Mukhtar. 2020. Kasus Temuan Cabai Rawit dicat Merah di Pasar Tradisional, Polisi Tangkap Seorang Petani. Banyumas. <https://regional.kompas.com/read/2020/12/31/16553021/kasus-temuan-cabai-rawit-bercat-merah-di-pasar-tradisional-polisi-tangkap?page=all>. Di akses pada tanggal 16-04-2021 pukul 21:30WIB.
- Zahrom Muhamad Farid Amilatuz. 2015" Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasirian,"jurnal Iqtishoduna, vol,6, hal 13. Ekuitas: jurnal at-tamwil.volume 2. Nomer 2, september 2020. E-ISSN 2723-7567.P-ISSN 2615-4293