

**PENERAPAN ETIKA BISNIS BAGI PEDAGANG
MUSLIM DALAM PERSAINGAN USAHA**
(Studi Kasus pada Pasar Wonomulyo Kab. Polewali Mandar)

SKRIPSI

**OLEH
SAKIA SYAMSUL
105740000115**



**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2019**

HALAMAN JUDUL

**PENERAPAN ETIKA BISNIS BAGI PEDAGANG
MUSLIM DALAM PERSAINGAN USAHA**
(Studi Kasus pada Pasar Wonomulyo Kab. Polewali Mandar)

Oleh
Sakia Syamsul
NIM: 105740000115

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Rangka Menyelesaikan
Studi pada Program Studi Strata 1 Ekonomi Islam**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2019**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO HIDUP:

“Yakinlah ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani) yang akan membuatmu terpanah hingga kau lupa betapa pedihnya rasa sakit”

(Ali Bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Ayah tercinta Syamsul dan Ibunda Hj. Nurliah, atas segala pengorbanan, doa, dukungan moral dan materi serta curahan kasih sayang yang tak terhingga
2. Kakakku Hj. Saenab, Suhardi dan Mardiana atas segala doa, dukungan dan kasih sayang.
3. Sahabat-sahabat tercinta Yuriska Septyanti Ridwan, Yuyun Wahyuni, Rahmaniar M, Dewi Safitri dan M. Yusuf yang selalu memberikan semangat kepada saya.
4. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam angkatan tahun 2015.
Dan untuk Almamater Universitas Muhammadiyah Makassar.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp. (0411)-866872 Makassar



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim dalam
Persaingan Usaha (Studi Kasus pada Pasar Wonomaya
Kab. Polewali Mandar)

Nama Mahasiswa : Sekla Syamsul
No. Stambuk/NIM : 10571000115
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
H perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar


Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan diujikan di depan
Panitia Penguji Skripsi Stata Satu (SS1) pada hari Sabtu, 31 Agustus 2019 di
Ruangan IQ 7-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Makassar

Makassar, 31 Agustus 2019

Menyetujui

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. H. Mahmud Nuhung, MA
NIDN: 0902026701



Samsul Rizal, S.E., M.M
NIDN: 0907028401

Menyetujui

Kelua Program Studi




Izzati Rusliana, S.E., M.M
NBM : 903878


Agusdiwana Suami, S.E., M.Acc
NBM : 100 5987



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. II Unismuh Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Sakia Syamsul, NIM 105740000115 diterima dan disahkan oleh panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor 0001/SK-Y/60202/091004/2019 M. Tanggal 31 Agustus 2019 M sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 30 Dzulhijjah 1440 H
31 Agustus 2019 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE., M.M
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Iemal Rasulong, SE., M.M
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Dr. Agus Galim HR, SE., M.M
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji :
 1. Dr. H. Muzfar BL, S.E., M.S
 2. Dr. A. Iyayi Haanurat, M.M
 3. Dr. Hwan Khelid, S.E., M.M
 4. Faldul Adzim, S.E., M.Si

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Iemal Rasulong, SE., M.M
NIM: 503078



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 8 Unismuh Makassar

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sakia Syamsul
Stambuk : 105740000115
Program Studi : Ekonomi Islam
Dengan Judul : Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam
Persangan Usaha (Studi Kasus pada Pasar Wonomulyo
Kab. Polewali Mandar)

Dengan ini menyatakan bahwa,

Skripsi yang saya ajukan didapan Tim penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak di buatkan oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 31 Agustus 2010


Yang Membuat Pernyataan,


Sakia Syamsul

Diketahui Oleh,

Ketua Program Studi Ekonomi Islam


Ensiyah Ruzulhanna, SE,MM
NBM: 903 076


Agusdwana Suarni, S.E., M.Acc
NBM: 100 5987

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus pada Pasar Wonomulyo Kab. Polewali Mandar).

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak Syamsul dan ibu Hj. Nurliah yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Abd Rahman Rahim, SE., MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE.,MM, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Agusdiwana Suarni, SE., M.ACC., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. H. Mahmud Nuhung, MA, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Samsul Rizal, S.E.,M.M, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak meluangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Islam angkatan 2015 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya

para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Alamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fisabilil Haq, fastabiqul khairat, Wassalamualaikum Wr.Wb

Makassar, 30 Agustus 2019

Penulis



ABSTRAK

Sakia Syamsul. 2019. Penerapan Etika Bisnis bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus pada Pasar Wonomulyo Kab.Polewali Mandar). Skripsi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Mahmud Nuhung dan Pembimbing II Samsul Rizal.

Penelitian ini ditujukan untuk sejauh mana pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam dan bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam persaingan usaha apakah sudah sesuai dengan yang telah di contohkan oleh Rasulullah saw. permasalahan dalam penelitian ini adalah di dalam aktivitas perdagangan terdapat hal yang harus diperhatikan, yaitu tentang perilaku atau etika berdagang khususnya perdagangan dalam Islam. Pada kenyataan di lapangan, para pedagang kerap kali melaksanakan kegiatan perdagangan hanya sekedar untuk mencari keuntungan saja, tanpa memperhatikan nilai-nilai keislaman yang seharusnya penting sebagai landasan untuk melakukan proses perdagangan tersebut khususnya di pasar Wonomulyo.

Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dengan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk menganalisis data peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini Mayoritas pedagang yang ada di pasar wonomulyo sudah paham tentang etika bisnis Islam dalam berdagang dilihat dari hasil wawancara peneliti lakukan bahwa rata-rata sudah paham tentang Etika bisnis namun ada juga yang mengetahui namun tidak menerapkannya. Persaingan yang dilakukan oleh pedagang di pasar wonomulyo merupakan persaingan secara sehat karena dilihat dari hasil wawancara yang peneliti kumpulkan bahwa pedagang yang ada di pasar wonomulyo ini yakin kalau rezeki Allah yang atur asalkan kita bersaing secara sehat dan menjalankannya dengan baik tanpa merugikan pedagang yang lain.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Pedagang, Persaingan Usaha

ABSTRACT

Sakia Syamsul. 2019. An extensive procedure for Muslim merchants in the competition (the case studies in Wonomulyo Market, Polewali Mandar Regency). The Islamic economy thesis, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Makassar. Guided by the First guide, Mahmud Nuhung and the second guide, Samsul Rizal.

This study was intended to what extent the merchant understanding of Islamic business ethics and how is it applied in the business competition was already in accordance with the who had already been in the dissolving by Rasulullah saw. The problems in this study were in the trade activity of the event which had to be noted, that of behavior or how to work in particular trade in the Islamic. At the time of the field, the merchants have often carried out the trade activities only to seek the advantage alone, without consideration of the introduction of the Islam, which was supposed to be important as the foundation for the process of trade in the market stock.

The method of this research is a qualitative method. With data sources used is the primary and secondary data. The data Collection used by observation, interviews and documentation. to analyze the data, The researchers use a descriptive method of qualitative.

The result was obtained from the research that the majority of the merchants in Wonomulyo Market have been understanding of the Islamic Business Ethics in trading, from the results of the research interview that the average has already been found to be locked away without any kind of business but there are also known as did not apply. The competition was made by a trader in the market: Wonomulyo is a healthy rival because seen from the result of interviews found that the merchant that exists in the Wonomulyo Market is convinced of the sustenance from Allah to which we compete as well as soon as opposed to other traders.

Keywords: precognitive Islamic, merchants, and rivalries

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Masalah	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. tinjauan Teori.....	5
1. Pengertian Etika	5
2. Pengertian Bisnis.....	6
3. Pengertian Pedagang	7

4. Pengertian Pasar	10
5. Etika Bisnis	13
6. Etika Bisnis dalam Islam	19
7. Hukum Muamalah dan Ekonomi Islam.....	22
B. Tinjauan Empiris.....	33
C. Kerangka Konsep	34
D. Kerangka Pikir	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Fokus Penelitian	40
C. Pemilihan Lokasi dan Situs Penelitian	40
D. Sumber Data	41
E. Pengumpulan Data.....	41
F. Instrumen Penelitian	42
G. Metode Analisis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	44
B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)	46
C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan).....	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	Daftar Informan	41
Tabel 4.1	Jumlah Pedagang di Pasar Wonomulyo	45



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1.	Kerangka Konsep Penelitian	36
Gambar 2.2.	Kerangka Pikir Penelitian	39



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi dewasa ini, perkembangan dunia bisnis begitu cepat dan dinamis serta persaingan yang begitu ketat, mendorong para pelaku bisnis untuk menggunakan berbagai cara dalam rangka mencapai cita-cita atau tujuan bisnisnya, olehnya itu, para pelaku bisnis dalam melakukan aktifitasnya diperlukan tata nilai, aturan dan norma sehingga tata kelola bisnisnya dapat berjalan dengan baik, lancar, dan berkesinambungan yang pada akhirnya dapat mendatangkan manfaat (profit) yang sewajarnya dan memperoleh keberkahan dari hasil usahanya itu.

Etika bisnis adalah suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis. masalah etika dan ketaatan akan norma-norma agama dan hukum yang berlaku merupakan dasar yang kuat yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis dan akan menentukan sikap atau tindakan yang perlu diambil dalam mengelola bisnisnya. Hal ini juga merupakan tanggung jawab kita bersama sebagai warga negara dan hamba Allah di muka bumi, bukan hanya tanggung jawab pelaku bisnis tersebut, sehingga diharapkan akan tercipta suasana bisnis yang sehat, bersih dan bermartabat yang dapat mendatangkan manfaat yang lebih besar dari mudharatnya.

Islam merupakan nilai etika pada posisi yang tinggi, di mana sejarah Islam telah mencatat bahwa Islam melalui Rasulullah Saw, datang dengan membawa misi memperbaiki moral dan etika kehidupan manusia. Termasuk

dalam aktifitas perekonomian (bisnis). Melalui Al-qur'an diberikan petunjuk agar dalam berbisnis tercipta hubungan yang saling rela, saling harmonis, tidak ada unsur eksploitasi. (Qs An-Nisa/4:29),

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Terjemahannya:

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.

Nilai-nilai etika Islam dalam aktifitas bisnis merujuk kepada Al-qur'an dan hadis bertumpu pada enam prinsip, yaitu: kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.

Keberadaan pasar Wonomulyo di Kabupaten Polewali Mandar menjadi suatu fenomena tersendiri oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup di daerah tersebut. Dengan adanya fenomena-fenomena yang terjadi membuktikan bahwa kasus yang dijalankan bertentangan dengan etika bisnis. Banyak dari kalangan pedagang yang masih mempraktekkan konsep etika bisnis dalam bersaing yang tidak sesuai dengan syariat Islam, demi mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa menghiraukan nilai-nilai Islami. Di dalam aktivitas perdagangan terdapat hal yang seharusnya menjadi penting untuk diperhatikan, yaitu tentang etika perdagangan dalam Islam. Pada kenyataan di lapangan, para pedagang kerap kali melaksanakan kegiatan perdagangan hanya sekedar untuk mencari keuntungan tanpa memperhatikan nilai-nilai keislaman yang seharusnya penting sebagai landasan untuk melakukan proses perdagangan tersebut. Perdagangan yang ada di Indonesia hanya

tertuju pada upaya pemaksimalan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya dan cenderung terfokus pada kepentingan sepihak, selain itu pedagang lebih cenderung banyak menanggalkan nilai-nilai atau etika keislaman terutama dalam dunia perdagangan dan masih banyak pedagang yang belum jujur dalam melakukan perdagangan seperti dalam takaran, menjual barang dengan harga tinggi di luar harga pasaran.

Etika bisnis Islam sangat diperlukan dalam menjalankan kegiatan bisnis mengingat fakta yang terjadi pada saat ini adalah bisnis telah kian terpuruk oleh tangan-tangan orang yang tidak memiliki etika dan moral. Bisnis tidak lagi dijalankan dengan semangat kejujuran dan keadilan. Para pebisnis semakin membabi buta menghalalkan segala cara untuk mengeruk keuntungan pribadi tanpa peduli hal itu merugikan pihak lain. Seperti yang terjadi dalam perdagangan atau jual beli, tidak sedikit para pedagang yang mengelabui pembeli, bahkan terkadang ada pedagang yang mengambil keuntungan di luar batas hal tersebut karena mereka tidak menerapkan etika bisnis Islam dalam berdagang. (Farid, 2015)

Perdagangan yang ada di pasar Wonomulyo yang notabene adalah masyarakat Islam. Namun kenyataannya masih banyak pelanggaran etika dalam melaksanakan bisnis seperti penipuan, melanggar janji, memanipulasi dan lain-lain.

Dari berbagai permasalahan tersebut di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul: "Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus Pada Pasar Wonomulyo Kab. Polewali Mandar)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pemahaman tentang etika bisnis Islam pada pelaku bisnis di pasar wonomulyo?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di pasar wonomulyo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam pada para pedagang muslim di pasar wonomulyo.
2. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dan persaingan usaha bagi pelaku pedagang muslim di pasar wonomulyo.

D. Manfaat Penulisan

a. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk memperluas wawasan dan pengetahuan terkait dengan masalah yang diteliti.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan untuk menentukan dasar kebijaksanaan dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi terkhusus pada masyarakat di pasar wonomulyo.

c. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi pengetahuan mahasiswa untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Pengertian Etika

Etika tak terlepas dari asli kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*Character*). Dengan kata lain etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Disini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

Dari uraian di atas ada persinggungan makna antara etika, moral, dan norma yang terkadang digunakan secara tumpang-tindih. Untuk itu perlu ada pendefinisian moral dan norma sehingga jelas perbedaan antara ketiga hal tersebut.

Moral dengan kata Latin 'mos' (bentuk jamaknya, yaitu 'mores') yang berarti adat dan cara hidup. 'Mores'. Ini artinya moralitas merupakan sebutan umum bagi keputusan moral, standar moral, dan aturan-aturan berperilaku yang berangkat dari nilai-nilai etika. Hal itu tidak saja dalam format keputusan, standar, dan aturan-aturan aktual yang ada dalam masyarakat, tetapi juga meliputi keputusan-keputusan ideal yang dibenarkan dengan alasan yang rasional.

Norma merupakan alat ukur dan standar yang punya kekuatan yang dapat mengarahkan anggota kelompok, mengontrol, dan mengatur perilaku

baiknya, ia menjadi kaidah dan aturan bagi sebuah pertimbangan dan penilaian. Dengan kata lain nora adalah ' Nilai yang menjadi milik bersama, tertanam, dan disepakati semua pihak dalam masyarakat. Yang berangkat dari nilai baik, cantik atau berguna yang diwujudkan dalam bentuk perbuatan kemudian menghadirkan ukuran atau norma. Artinya, norma bermula dari penilaian, nilai, dan norma.

Macam-macam norma

- Norma teknis dan permainan: hanya berlaku untuk mencapai tujuan tertentu, seperti aturan main bulu tangkis dan lain-lain.
 - Norma yang berlaku umum.
 - Peraturan sopan santun.
 - Norma hukum, yaitu norma yang pelaksanaannya dapat dituntut dan dipaksakan serta pelanggarnya ditindak.
 - Norm moral, yaitu pelanggaran yang belum tentu pelanggarnya ditindak seperti hubungan di luar nikah yang secara moral dilarang oleh agama, tetapi tidak mendapat hukuman dalam hukuman positif yang berlaku.
- (Badroen F. , 2006)

2. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis harus berlaku etis demi kepentingan bisnis itu sendiri. Banyak semboyan baru yang mempropagandakan pentingnya menerapkan etika dalam berbisnis, seperti *ethics pay* (etika membawa untung), jika dalam kegiatan bisnis secara umum harus menerapkan dan mempertimbangkan nilai-nilai etis/moralitas di dalamnya, maka dalam kegiatan bisnis yang lebih khusus/kecil juga

demikian. Misalnya dalam hubungan antara pedagang dan pembeli kedua pihak harus menerapkan dimensi etis/moral yaitu amanah dan kejujuran/kesetiaan. (Fauzan. Nuryana, 2014). Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial. Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, *profit* memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal di dalam memenuhi bisnis.

Seseorang melakukan suatu bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan jika ia mengambil risiko, dengan memasuki suatu pasar baru dan siap menghadapi persaingan dengan bisnis-bisnis lainnya. Organisasi bisnis yang mengevaluasi kebutuhan dan permintaan konsumen, kemudian bergerak secara efektif masuk ke dalam suatu pasar, dapat menghasilkan keuntungan yang substansial. Adapun kegiatan bisnis, sebagian besar adalah karena kesalahan atau kekurangan manajemen atas manusia, teknologi, bahan baku, dan modal, perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pengarahan, dan manajemen karyawan yang efisien menghasilkan keuntungan bisnis sangat bergantung pada besarnya industri, besarnya bisnis, dan lokasi bisnis. (Fuzia, 2013)

3. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan serta memperjual belikan barang yang dibutuhkan agar memperoleh keuntungan. Pedagang tersebut orang yang melakukan perniagaan dimana perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual kembali.

Dalam ekonomi, pedagang dibedakan menurut jalur distribusi yang dilakukan dapat dibedakan menjadi: pedagang distributor (Tunggal), pedagang partai besar, dan pedagang enceran. Sedangkan menurut pandangan Drs. Damsar, MA membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga. Berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang diperoleh dari hasil perdagangan, pedagang dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Pedagang profesional yaitu pedagang yang menggunakan aktivitas perdagangan merupakan pendapatan/ sumber dan satu-satunya bagi ekonomi keluarga.
- b. Pedagang semi-profesional yaitu pedagang yang mengakui aktivitas perdagangan untuk memperoleh uang tetapi pendapatan dari hasil perdagangan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi keluarga.
- c. Pedagang substensi yaitu pedagang yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitas atas substensi untuk memenuhi ekonomi keluarga. Pada daerah pertanian, pedagang ini adalah seorang petani yang menjual produk pertanian ke pasar desa atau kecamatan.
- d. Pedagang semu adalah orang yang melakukan kegiatan perdagangan karena hobi atau untuk mendapatkan suasana baru atau untuk mengisi waktu luang.

Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian beserta kriteria UMKM sebagai berikut:

Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro yang diatur oleh Undang-undang sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). (Wijaya, 2017)

4. Pengertian Pasar

Pada mulanya istilah pasar dikaitkan dengan pengertian tempat pembeli dan penjual bersama-sama melakukan pertukaran. Kemudian istilah pasar ini dikaitkan dengan pengertian ekonomi yang mewujudkan pertemuan antara pembeli dan penjualan yang terlibat dalam transaksi aktual atau potensial terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Transaksi potensial ini dapat terlaksana, apabila kondisi berikut ini terpenuhi, yaitu:

1. Terdapat paling sedikit dua pihak.
2. Masing-masing pihak memiliki sesuatu yang mungkin dapat berharga bagi pihak lain.
3. Masing-masing pihak mampu untuk berkomunikasi dan menyalurkan keinginannya.
4. Masing-masing pihak bebas untuk menerima atau menolak penawaran dari pihak lain.

Yang perlu diperhatikan dalam pengertian pasar terkandung penekanan perhatian terhadap individu maupun kelompok orang atau organisasi yang memiliki dua sifat penting, yaitu pertama adanya minat atau *interest* dan kedua daya beli atau *purchasing power* untuk produk berupa barang atau jasa tertentu.

Dari uraian tersebut dapat dinyatakan bahwa pasar merupakan arena pertukaran potensial baik dalam bentuk fisik sebagai tempat berkumpul atau bertemunya para penjual dan pembeli, maupun yang tidak berbentuk fisik, yang memungkinkan terlaksananya pertukaran, karena dipenuhinya persyaratan pertukaran, yaitu minat dan citra serta daya beli.

Dalam Islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai Syariah, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Artinya, konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syariah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim tetapi juga non-Muslim. Hal ini tentu saja bukan hanya kewajiban personal pelaku pasar tetapi juga membutuhkan intervensi pemerintah. Untuk itulah maka pemerintah mempunyai peranan yang penting dan besar dalam menciptakan pasar yang Islami, sebagaimana ditunjukkan oleh adanya hibah pada masa Rasulullah dan sesudahnya.

Islam menempatkan pasar sebagai tempat perniagaan yang sah dan halal, sehingga secara umum merupakan mekanisme perdagangan yang ideal. Penghargaan yang tinggi tidak hanya bersifat normatif tetapi juga telah dibuktikan dalam sejarah panjang kehidupan masyarakat muslim klasik. Rasulullah saw adalah seorang pelaku pasar yang aktif, demikian juga kebanyakan para sahabatnya. Pada masa ini peranan pasar dalam menentukan harga sangat menonjol. Intervensi pemerintah hanya dilakukan dalam kondisi tertentu.

gambaran pasar yang Islami adalah pasar yang ide dalamnya terdapat persaingan yang sehat yang dibingkai dengan nilai dan moralitas Islam. Nilai dan moralitas Islam itu secara garis besar terbagi dua: pertama, norma yang bersifat Khas yaitu hanya berlaku untuk muslim. Kedua, norma yang bersifat umum yaitu berlaku untuk seluruh masyarakat.

Untuk memperoleh keberkahan dalam jual-beli, Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral sebagai berikut:

1. Jujur dalam menakar dan menimbang.
2. Menjual barang yang halal.
3. Menjual barang yang baik mutunya.
4. Tidak menyembunyikan cacat barang.
5. Tidak melakukan sumpah palsu.
6. Longgar dan murah hati.
7. Tidak menyaingi penjual lain.
8. Tidak melakukan riba.
9. Mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya. (Khoiruddin, 2015)

Secara teoritis dalam ekonomi, pasar menggambarkan semua pembeli dan penjual yang terlihat dalam transaksi aktual atau potensi tersebut barang atau jasa yang ditawarkan. Transaksi potensial ini dapat terlaksana, apabila kondisi berikut ini terpenuhi, yaitu:

- a. Terdapat paling sedikit dua pihak.
- b. Masing-masing pihak memiliki suatu yang mungkin dapat berharga bagi pihak lain.

- c. Masing-masing pihak mampu untuk berkomunikasi dan menyalurkan keinginannya.
- d. Masing-masing pihak bebas untuk menerima atau menolak penawaran dari pihak lain.

Dari uraian tersebut dapat dinyatakan bahwa pasar merupakan arena pertukaran potensial baik dalam bentuk fisik sebagai tempat berkumpul atau bertemunya para penjual dan pembeli, maupun yang tidak berbentuk fisik, yang memungkinkan terlaksananya pertukaran, karena dipenuhinya persyaratan pertukaran, yaitu minat dan citra serta daya beli. (Assauri, 2011)

5. Pengertian Etika Bisnis

Etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip Islam. Dengan arti lain etika bisnis adalah seperangkat prinsip dan norma di mana para pebisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Maka dari itu belajar etika bisnis berarti *'learning what is right or wrong'* yang dapat membekali seseorang untuk berbuat *the right thing* yang di dasari oleh ilmu, kesadaran, dan kondisi yang berbasis moralitas. Selain itu, etika juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja. (Badroen, 2006)

Etika dalam berbisnis adalah sesuatu yang menjadi bagian penting dimasa kini. Kesadaran akan etika bisnis ini disebabkan oleh begitu

banyaknya bisnis yang dijalankan pada waktu lampau yang tidak mementingkan hal ini. Sehingga bisnis-bisnis tersebut membawa dampak yang buruk bagi lingkungan di sekitarnya dalam waktu cepat atau lambat. Sadar atau tidak, kita sering kali mendengar banyak kasus-kasus buruk yang terjadi dalam dunia bisnis, yang berkaitan dengan etika bisnis yang terabaikan. Contohnya seperti penipuan, perusakan lingkungan, memperkerjakan anak di bawah umur, dan lain sebagainya. Sebagaimana yang telah diuraikan di atas, etika berarti akhlak, kesopanan, dan perilaku yang baik. Sementara bisnis berarti usaha yang dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan.

Etika di dalam berbisnis harus disepakati oleh orang-orang yang berada dalam kelompok bisnis serta kelompok yang terkait lainnya. Karena untuk mewujudkan etika dalam berbisnis perlu pembicaraan yang transparan antar semua pihak, baik pengusaha, pemerintah, masyarakat maupun bangsa lain agar jangan hanya satu pihak saja yang menjalankan etika sedangkan pihak lain berpijak kepada apa yang mereka inginkan. Artinya kalau ada pihak yang terkait yang tidak mengetahui dan menyetujui adanya etika moral dan etika, jelas apa yang disepakati oleh kalangan bisnis tadi tidak akan pernah bisa untuk diwujudkan. Jadi untuk menghasilkan suatu etika dalam berbisnis yang menjamin adanya kepedulian antara satu pihak dan pihak lain tidak perlu pembicaraan yang bersifat global yang mengarah kepada suatu aturan yang tidak merugikan siapapun dalam perekonomian. (Lalu Muh Shabiran, 2017)

Berikut ini adalah 10 prinsip di dalam menerapkan etika bisnis yang positif:

1. Etika bisnis itu dibangun berdasarkan etika pribadi: tidak ada perbedaan yang tegas antara etika bisnis dengan etika pribadi. Kita dapat merumuskan etika bisnis berdasarkan moralitas dan nilai-nilai yang kita yakini sebagai keberadaan.
2. Etika bisnis itu berdasarkan pada fairness. Apakah kedua pihak yang melakukan negosiasi telah bertindak dengan jujur? Apakah setiap konsumen diperlakukan dengan adil? Apakah setiap karyawan diberi kesempatan yang sama? Jika ya, maka etika bisnis telah diterapkan.
3. Etika bisnis itu membutuhkan integritas. Integritas pada keutuhan pribadi, kepercayaan dan konsistensi. Bisnis yang etis memperlakukan orang dengan hormat, jujur dan berintegritas. Mereka menepati janji dan melaksanakan komitmen.
4. Etika bisnis itu membutuhkan kejujuran. Bukan jamannya lagi bagi perusahaan untuk mengelabui pihak lain dan menyembunyikan cacat produk. Jaman sekarang adalah era kejujuran. Pengusaha harus jujur mengakui keterbatasan yang dimiliki oleh produknya.
5. Etika bisnis itu harus dapat dipercayai. Jika perusahaan Anda terbilang baru, sedangkan tergoncang atau mengalami kerugian, maka secara etis Anda harus mengatakan dengan terbuka kepada klien atau *stakeholder* Anda.
6. Etika bisnis itu membutuhkan perencanaan bisnis. Sebuah perusahaan yang beretika dibangun di atas realitas sekarang. Visi atas masa depan dan perannya di dalam lingkungan. Etika bisnis tidak hidup di dalam ruang hampa, semakin jelas rencana sebuah perusahaan tentang

pertumbuhan, stabilitas, keuntungan dan pelayanan, maka semakin kuat komitmen perusahaan tersebut terhadap praktik bisnis.

7. Etika bisnis itu diterapkan secara internal dan eksternal. Bisnis yang beretika memperlakukan setiap konsumen dan karyawannya dengan bermartabat dan adil. Etika juga diterapkan di ruang rapat direksi, ruang negosiasi, di dalam menepati janji, dalam memenuhi kewajiban terhadap karyawan, buruh, pemasok, pemodal dll.
8. Etika bisnis itu membutuhkan keuntungan. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang dikelola dengan baik, memiliki sistem kendali internal dan bertumbuh, etika adalah berkenaan dengan bagaimana kita hidup pada saat ini dan mempersiapkan diri untuk masa depan, bisnis yang tidak punya rencana untuk menghasilkan keuntungan bukanlah perusahaan yang beretika.
9. Etika bisnis itu berdasarkan nilai. Perusahaan yang beretika harus merumuskan standar nilai secara tertulis. Rumusan ini bersifat spesifik, tetapi berlaku secara umum. Etika menyangkut norma, nilai dan harapan yang ideal. Meski begitu, perumusannya harus jelas dan dapat dilaksanakan dalam pekerjaan sehari-hari.
10. Etika bisnis itu dimulai dai pimpinan. Ada pepatah, “pembusukan ikan dimulai dari kepalanya.” Kepemimpinan sangat berpengaruh terhadap corak lembaga. Perilaku seorang pemimpin yang beretika akan menjadi teladan bagi anak buahnya.

Etika bisnis memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Etika bisnis bisa memberi kita dorongan kepada pelanggan untuk menjalin suatu ikatan hubungan yang kuat dengan suatu perusahaan, dalam

jangka panjang agar perusahaan dapat memahami seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Maka dari itu perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tujuan suatu bisnis yaitu untuk menciptakan para pelanggan agar merasa puas dan nyaman. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai penerapan etika bisnis yang berfokus pada tiga dimensi etika bisnis, yaitu: kejujuran, keadilan, dan kebenaran. Konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa tidak hanya bergantung pada kualitas pelayanan saja, tetapi juga bergantung pada nilai yang dirasakan oleh pelanggan, perusahaan harus menambahkan nilai yang dapat membuat pelanggan mendapatkan apa yang mereka bayar atau lebih dari yang mereka harapkan, sehingga pelanggan dapat bertahan dan pelanggan juga akan senang. (Fauzan. Nuryana, 2014)

Prinsip-Prinsip Etika Bisnis

a. Prinsip Otonomi

Prinsip otonomi adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.

b. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan mengacu pada kesempatan bagi setiap orang yang berbisnis untuk mendapatkan perlakuan sesuai dengan haknya masing-masing, dan tidak boleh ada pihak yang terlibat dalam bisnis yang kehilangan haknya.

c. Prinsip kejujuran

Prinsip kejujuran, bertujuan untuk menjauhkan bisnis dari niat melakukan tindakan curang dan menipu dan dengan berlaku adil seorang pebisnis akan menjauhkan diri dari yang tidak baik dan hidupnya tidak dipenuhi dengan hal-hal yang buruk. Dalam hadist dari sahabat 'Abdullah bin Mas'ud radhiyallahu 'anhu juga dijelaskan keutamaan sikap jujur dan bahaya sikap dusta. Ibnu Mas'ud menuturkan bahwa Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda,

عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبُ فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا

“Hendaklah kalian senantiasa berlaku jujur, karena sesungguhnya kejujuran akan mengantarkan pada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan akan mengantarkan pada surga. Jika seseorang senantiasa berlaku jujur dan berusaha untuk jujur, maka dia akan dicatat di sisi Allah sebagai orang yang jujur, hati-hatilah kalian yang berbuat dusta, karena sesungguhnya dusta akan mengantarkan kepada kejahatan dan kejahatan akan mengantarkan pada neraka. Jika seseorang sukanya berdusta dan berupaya untuk berdusta, maka ia akan dicatat di sisi Allah sebagai pendusta” (HR. Muslim).

d. Prinsip saling menguntungkan, mensyaratkan semua orang bersedia memikirkan keuntungan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis.

e. Prinsip integritas moral, berfokus pada keharusan pelaku untuk menjaga nama baik, dapat dipercaya dan menjadi perusahaan terbaik yang akan datang. Dengan adanya integrasi moral bagi pelaku ekonomi dan

pemerintah maka dapat menghilangkan dampak negatif dari kebebasan yang ada di dalam pasar bebas atas perdagangan. (Sigit, 2012)

Prinsip-prinsip yang berlaku di dalam bisnis sangat berkaitan erat dengan nilai-nilai dan norma yang menjadi pegangan hidup manusia di masyarakat. Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis dalam melakukan kegiatan bisnis dapat memberikan manfaat yang begitu besar bagi perusahaan. Bisnis yang didasari oleh suatu nilai yang baik tentunya akan membawa kebaikan bagi semuanya karena pada dasarnya etika bisnis itu tergantung kepada suatu itikad yang baik. (Rika Dwi Ayu Permatasari, 2013)

6. Etika Bisnis Dalam Islam

Etika bisnis dalam islam adalah sejumlah etika bisnis (akhlak islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah alquran dan sunnah. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis dikemudian hari.

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Rasulullah Saw memiliki sifat-sifat ke Rasul-an yang menjadi dasar etika bisnis ala Rasulullah yaitu siddiq, Amanah, Tabligh, dan Fathanah. Kejujuran (as-sidiq) dan kepercayaan (al-amin) menjadi prinsip utama Rasuliullah Saw dalam berbisnis, selain itu beliau juga terhitung sebagai orang yang cerdas (fatanah) dengan pemikiran yang visioner, kreatif dan inovatif, serta pintar mempromosikan diri dan bisnisnya (tabliq) atau dalam

istilah ekonomi dikenal dengan marketing, semua itu menyatu dalam diri Rasulullah.

1. Siddiq

Siddiq artinya benar. Benar adalah suatu sifat yang mulia yang menghiasi akhlak seseorang yang beriman kepada Allah dan kepada perkara-perkara yang gaib. Ia merupakan sifat pertama yang wajib dimiliki para nabi dan Rasul yang dikirim Tuhan ke dalam dunia ini bagi membawa wahyu dan agama pada diri Rasulullah Saw, bukan hanya perkataannya yang benar, tetapi perbuatannya juga benar. Sejalan dengan ucapannya, beda sekali dengan pemimpin sekarang yang kebanyakan hanya kata-katanya yang manis, namun perbuatannya berbeda dengan ucapannya.

2. Istiqomah

Istiqomah adalah konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan. Istiqomah dalam kebaikan ditampilkan dengan keteguhan, kesabaran, serta keuletan, sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. Istiqomah merupakan hasil dari suatu proses yang dilakukan secara terus menerus. Misalnya interaksi yang kuat dengan Allah dalam bentuk Sholat, zikir, membaca Al-qur'an, dan lain-lain. Semua proses itu akan menumbuh-kembangkan suatu sistem yang memungkinkan kebaikan, kejujuran, dan keterbukaan teraplikasikan dengan baik. sebaiknya keburukan dan ketidak-jujuran akan tereduksi dan ternafikan secara nata. Orang dan lembaga yang Istiqomah dalam kebaikan akan

mendapatkan ketenangan sekaligus mendapatka solusi serta jalan keluar dari persoalan yang ada.

3. Fathonah

Fathonah artinya cerdas. Mustahil Nabi itu bodoh. Dalam menyampaikan 6.236 ribu lebih ayat Alquran kemudian menjelaskannya dalam puluhan ribu hadits membutuhkan kecerdasan yang luar biasa. Nabi harus mampu menjelaskan firman-firman Allah kepada kaumnya sehingga mereka mau masuk ke dalam Islam, Nabi juga mampu berdebat dengan orang-orang kafir dengan cara sebaik-baiknya.

4. Amanah

Amanah artinya benar-benar bisa dipercaya. Jika satu urusan diserahkan kepadanya, niscaya orang percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itulah Rasulullah Saw dijuluki oleh penduduk mekkah dengan gelar. "Al Amin" yang artinya terpercaya Jauh sebelum beliau diangkat jadi Nabi. Apa pun yang beliau ucapkan, penduduk mekkah mempercayainya karena beliau bukan seorang pembohong.

5. Tabligh

Tabligh artinya menyampaikan. Segala firman Allah yang ditunjukkan oleh manusia, disampaikan oleh Nabi. Tidak ada yang disembunyikan meski itu menyinggung Nabi. (Rahman, 2016)

Etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada Al-quran dan al-hadist, bisnis merupakan sarana ibadah kepada Allah Swt. banyak ayat yang menggambarkan bahwa aktivitas bisnis

merupakan sarana ibadah, bahkan perintah Allah Swt. di antaranya adalah dalam surah Qs. At-Taubah/9:105.

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۝ ١٠٥

Terjemahnya:

“Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu” Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang Gaib dan yang nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.

Dalam Islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teori maupun praktis, Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syariah, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Artinya, konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syariah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya kewajiban personal pelaku pasar tetapi juga membutuhkan intervensi pemerintah. Untuk itulah maka pemerintah mempunyai peranan yang penting dan besar dalam menciptakan pasar yang islami, sebagaimana ditunjukkan oleh adanya hisbah pada masa Rasulullah dan sesudahnya. Gambaran yang islami adalah pasar yang di dalamnya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan nilai dan moralitas Islam. Nilai dan moralitas Islam itu secara garis besar terbagi dua; pertama, norma yang bersifat khas yaitu hanya berlaku untuk muslim. Kedua, norma yang bersifat umum yaitu berlaku untuk seluruh masyarakat.

Dalam bisnis harus terjaga keharmonisan sesama pedagang di pasar. Tujuannya adalah mencegah kezaliman dengan cara mengontrol alat timbangan, takaran, ukuran, dan berbagai alat dagang lainnya. Oleh karena

itu Islam melarang terjadinya kecurangan dalam takaran dan timbangan, rekayasa harga, perdagangan barang-barang haram, riba, ihtikar (penipuan). Prinsip-prinsip etika bisnis menurut Al-Quran, adalah bisnis yang tidak boleh mengandung yang namanya unsur riba dan juga dengan jalan yang batil yang dilarang oleh Allah SWT.

7. Hukum Mu'amalah dan Ekonomi Islam

Hukum mu'amalah merupakan rangkaian dari kata "hukum" dan kata "mu'amalah". Kedua itu secara terpisah, merupakan kata yang digunakan dalam bahasa Arab dan terdapat dalam Al-Qur'an, juga berlaku dalam bahasa Indonesia. "hukum mu'amalah" sebagai suatu rangkaian kata telah menjadi bahasa Indonesia yang hidup dan terpakai. Dalam bahasa Indonesia kata 'hukum' secara mandiri menurut Amir Syarifuddin adalah seperangkat peraturan tentang tingkah laku manusia yang diakui sekelompok masyarakat, disusun orang-orang yang diberi wewenang oleh masyarakat itu, berlaku dan mengikat untuk seluruh anggotanya.

Adapun *mu'amalah* dari kata *'amala yu'amilu mu'amalatan* yang berarti: beraksi, bekerja, memproduksi, namun biasanya dengan kaitan hukumnya kata "*mu'amalah*" disandingkan dengan kata "fiqh" yang secara bahasa berarti "pemahaman".

Adapun pengertian ekonomi Islam yang terdiri dari dua kata ekonomi dan Islam. Ekonomi merupakan salah satu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa. Istilah "ekonomi" sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu (*oikos*) yang berarti "keluarga, rumah tangga" dan

(*nomos*) yang berarti "peraturan, aturan, hukum". Secara garis besar, ekonomi diartikan sebagai "aturan rumah tangga" atau "manajemen rumah tangga." Sementara yang dimaksud dengan ahli ekonomi atau ekonom adalah orang yang menggunakan konsep ekonomi dan data dalam bekerja.

Berkaitan dengan ekonomi dan *mu'amalah* yaitu di mana kedua kata tersebut erat kaitannya dengan masalah pendistribusian sumber daya alam khususnya harta sehingga kajian ekonomi Islam menjadi bagian dari kajian *fiqh mu'amalah*. Muhammad Yusuf Musa berpendapat bahwa kajian *fiqh mu'amalah* itu mencakup tentang ketentuan-ketentuan hukum mengenai kegiatan perekonomian, amanah dalam bentuk titipan dan pinjaman, ikatan kekeluargaan, proses penyelesaian perkara lewat pengadilan dan bahkan soal distribusi harta waris. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *fiqh mu'amalah* adalah mengetahui ketentuan-ketentuan hukum tentang usaha-usaha memperoleh dan memperkembangkan harta, jual beli, hutang piutang, dan jasa penitipan di antara anggota-anggota masyarakat sesuai keperluan mereka, yang dipahami dari dalil-dalil syara' yang terinci.

Salah satu poin yang menjadi dasar perbedaan antara sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi lainnya adalah pada falsafahnya, yang terdiri dari nilai-nilai dan tujuan. Dalam ekonomi Islam, nilai-nilai ekonomi bersumber Al-Qur'an dan hadits berupa prinsip-prinsip universal. Di saat sistem ekonomi lain hanya terfokus pada hukum dan sebab akibat dari suatu kegiatan ekonomi, Islam lebih jauh membahas nilai-nilai dan etika yang terkandung dalam setiap kegiatan ekonomi tersebut. Nilai-nilai inilah yang selalu mendasari setiap kegiatan ekonomi Islam. Sistem

ekonomi Islam sangat berbeda dengan ekonomi kapitalis, sosialis maupun komunis. Ekonomi Islam bukan pula berada di tengah-tengah ketiga sistem ekonomi itu. Sangat bertolak belakang dengan kapitalis yang lebih bersifat individual, sosialis yang memberikan hampir semua tanggungjawab kepada warganya serta komunis yang ekstrem, ekonomi Islam menetapkan bentuk perdagangan serta perkhidmatan yang boleh dan tidak boleh di transaksikan.

Ekonomi dalam Islam harus mampu memberikan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat, memberikan rasa adil, kebersamaan dan kekeluargaan serta mampu memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada setiap pelaku usaha Syari'ah membimbing aktivitas ekonomi, sehingga sesuai dengan kaidah-kaidah syariah. Sedangkan akhlak membimbing aktivitas ekonomi manusia agar senantiasa mengedepankan moralitas dan etika untuk mencapai tujuan. Akhlak yang terpancar dari iman akan membentuk integritas yang membentuk *good corporate governance* dan market disiplin yang baik.

Prinsip Hukum Ekonomi Islam

1. Prinsip aqidah, atau prinsip tauhid. Prinsip ini merupakan fondasi hukum Islam, yang menekankan bahwa:
 - a. Harta benda yang kita kuasai hanyalah amanah dari Allah sebagai pemilik hakiki. Kita harus memperolehnya dan mengelolanya dengan baik (*al-thayyibât*) dalam rangka dan mencari kemanfaatan karunia Allah (*ibtighâ min fadhillah*).

b. Manusia dapat berhubungan langsung dengan Allah. Ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syari'at Allah.

2. Prinsip Keadilan, Mencakup seluruh aspek kehidupan, merupakan prinsip yang penting. Sebagaimana Allah memerintahkan adil di antara sesama manusia dalam banyak ayat antara lain: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran” (QS. An-Nahl: 90) “Apa saja harta rampasan (*fai-i*) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, Rasul, kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu maka terimalah dia. Dan apa yang dilarangnya bagimu maka tinggalkanlah; dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukumannya.” (QS. al-Hasyr: 9)
3. Prinsip *al-Ihsân* (berbuat kebaikan), pemberian manfaat kepada orang lain lebih daripada hak orang lain itu.
4. Prinsip *al-Mas'ûliyah* (*accountability*), pertanggungjawaban yang meliputi beragam aspek, yakni: pertanggungjawaban antara individu dengan individu (*mas'ûliyah al-afrâd*), pertanggungjawaban dalam masyarakat (*mas'ûliyah almujtama'*). Manusia dalam masyarakat diwajibkan

melaksanakan kewajibannya demi terciptanya kesejahteraan anggota masyarakat secara keseluruhan serta tanggung jawab pemerintah (*mas'ûliyah al-daulah*) tanggung jawab ini berkaitan dengan baitul mal.

5. Prinsip keseimbangan. Prinsip *al-Wasathiyah* (*al-'itidal*, moderat, keseimbangan), syariat Islam mengakui hak pribadi dengan batas-batas tertentu. Syari'at menentukan keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan masyarakat.
6. Prinsip kejujuran dan kebenaran. Prinsip ini merupakan sendi *akhlakul kariimah*.
 - a. Prinsip transaksi yang meragukan dilarang, akad transaksi harus tegas, jelas dan pasti. Baik benda yang menjadi objek akad, maupun harga barang yang diakadkan itu.
 - b. Prinsip transaksi yang merugikan dilarang. Setiap transaksi yang merugikan diri sendiri maupun pihak kedua dan pihak ketiga dilarang.
 - c. Prinsip mengutamakan kepentingan sosial. Prinsip ini menekankan pentingnya kepentingan bersama yang harus didahulukan tanpa menyebabkan kerugian individu. Sebagaimana kaidah fiqhiyah: "bila bertentangan antara kemaslahatan sosial dan kemaslahatan individu, maka diutamakan kepentingan kemaslahatan sosial".
 - d. Prinsip manfaat. Objek transaksi harus memiliki manfaat, transaksi terhadap objek yang tidak bermanfaat menurut syariat dilarang.
 - e. Prinsip transaksi yang mengandung riba dilarang.
 - f. Prinsip suka sama suka (saling rela, *'an taradhin*). Prinsip ini berlandaskan pada firman Allah Swt: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan

jalan yang *bathil*, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu..” (QS. an-Nisâ': 29).

- g. Prinsip Milkiah, kepemilikan yang jelas.
- h. Prinsip Tiada Paksaan. Setiap orang memiliki kehendak yang bebas dalam menetapkan akad, tanpa tunduk kepada paksaan transaksi apapun, kecuali hal yang diharuskan oleh norma keadilan dan kemaslahatan masyarakat.

Ekonomi Islam dibangun bukan berdasarkan pandangan manusia sebagai makhluk ekonomi tetapi berdasarkan pandangan manusia yang diciptakan Tuhan dengan berbekalkan fitrah. Dan didasarkan atas empat aksioma yaitu; *equilibrium*, *free-will*, *unity*, dan *responbility*. Konsep-konsep ekonomi konvensional versi Barat perlu didefinisi agar dapat disesuaikan dengan kebutuhan syari'at Islam . Di antara konsep-konsep tersebut antara lain:

1. Konsep harta Masalah yang timbul dalam konsep harta adalah bahwa ilmu ekonomi konvensional tidak mengenal adanya nilai dalam pemilikan harta. Sejauh dapat menimbulkan nilai ekonomis, segala sesuatu dapat diakui sebagai harta. Tidak heran bila barang-barang haram seperti minuman keras dan daging babi termasuk properti yang sah untuk dijadikan sebagai salah satu komoditi bisnis.
2. Konsep Uang Pembahasan dalam *fiqh mu'amalat* mengasumsikan bahwa uang yang digunakan masyarakat adalah uang riil (*real money*) yaitu emas dan perak. Padahal sejak jaman penjajahan, uang emas dan perak tidak lagi digunakan sebagai alat tukar. Sebagai gantinya uang kertas menjadi alat tukar yang berlaku di tengah masyarakat. Para ulama

berbeda pendapat tentang hukum uang kertas ini. Ada yang menganggap bahwa uang kertas tidak diterima dalam syariah karena bukan harta riil dan ada pula yang dapat menerimanya.

3. Konsep Bunga dan Riba Dalam ilmu ekonomi, bunga merupakan asumsi yang tidak lagi menjadi bahan perdebatan meskipun sampai saat ini para ekonom masih sulit mencari justifikasi terhadapnya. Dalam ilmu *fiqh mu'amalat* istilah ini tidak dikenal meskipun pembahasan tentang hukum riba boleh dikatakan telah selesai dan para ulama sepakat mengharamkannya . Dengan konsep uang kertas (*abstract money*), konsep bunga dan riba menjadi pembahasan yang berkelanjutan.
4. Konsep *Time Value of Money* Sebagian besar teori tentang manajemen keuangan dibangun berdasarkan konsep nilai dan waktu dari uang yang mengasumsikan bahwa nilai uang sekarang relatif lebih besar ketimbang di masa yang akan datang. Sedangkan di sisi lain, tidak didapati penjelasannya dalam *fiqh mu'amalat* meskipun perdebatan tentangnya jual beli tangguh (*ba'i mu'ajjal*) termasuk diskusi yang tidak sedikit di antara para ulama.
5. Konsep Modal Modal dalam pengertian ilmu ekonomi adalah segala benda, baik yang fisik maupun yang abstrak, yang memiliki nilai ekonomis dan produktif. Termasuk dalam pengertian ini adalah uang dan *intellectual property right*. Dalam *fiqh mu'amalat* klasik, pengertian modal terbatas pada benda fisik. Uang hanya dapat berperan sebagai alat tukar. Apabila ia ingin menjadi modal yang digunakan untuk memperoleh keuntungan ia harus terlebih dahulu diubah ke dalam bentuk fisik.

6. Konsep Lembaga Ilmu ekonomi tidak mempersoalkan adanya individual *entity* atau *abstract entity*. Berbeda halnya dengan *fiqh mu'amalat* yang objeknya kepada *mukallaf* secara individual. Hal ini akan membawa dampak bagi analisa tentang kepemilikan dan hubungannya dengan kepemilikan .

Problem epistemologis ilmu ekonomi Islam dan tantangan yang diberikan oleh ilmu ekonomi konvensional yang disebutkan di atas dapat berimplikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada *out put* yang dihasilkan. *Fiqh mu'amalat* yang diajarkan di ekonomi Islam tidak mampu untuk menghasilkan para sarjana muslim yang diterima oleh dunia kerja. Alasannya adalah bahwa *skill* dan penguasaan terhadap ekonomi real lebih dibutuhkan sektor industri dan dunia kerja dibandingkan dengan keahlian dalam masalah *istimbath al-ahkam*.

Di samping itu, masih sulit dibayangkan alumni jurusan *fiqh mu'amalat* mampu memimpin sebuah lembaga keuangan syari'ah seperti bank, asuransi, pasar modal, bahkan lembaga zakat dan wakaf. Demikian juga dunia perbankan, asuransi, dan pasar modal. Sektor ini lebih membutuhkan sarjana-sarjana yang menguasai ilmu-ilmu praktis seperti akuntansi, statistika, dan matematika ekonomi. Penguasaan terhadap ilmu-ilmu praktis menjadi hal yang sangat esensial mengingat modal yang diputar dalam bidang tersebut hanya dapat dikalkulasikan dengan ilmu-ilmu tersebut. Perusahaan-perusahaan komersil tentu tidak mau rugi hanya dikarenakan miss management yang seharusnya tidak terjadi bila mereka mempekerjakan orang-orang yang menguasai bidang tersebut secara baik.

B. Tinjauan Empiris

Ada beberapa tinjauan empiris terhadap penelitian terdahulu yang peneliti peroleh terhadap penelitian ini, yaitu:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Risal Darwis (2017), yang berjudul Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam. Dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim di pasar sentral gorontalo dalam berbisnis masih rawan terjadinya kecurangan dan penipuan, persoalan etika dalam berbisnis sesuai syariat Islam belum menjadi pedoman dalam berbisnis. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu tentang etika bisnis pada pedagang muslim. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini membahas mengenai hukum bisnis

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farid Amilatz Zahroh (2015), Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian. Dalam perdagangan sapi di pasar hewan pasirian untuk penerapan prinsip kejujurannya masih kurang dikenakan masih ada beberapa pedagang yang berlaku curang dan adanya pedagang yang tidak menaati peraturan pasar, namun jumlahnya sangat minimal. Penulis menilai hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai etika bisnis Islam bagi para pedagang dan pemikiran mereka tentang bisnis hanya untuk mencari keuntungan materi semata. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penerapan etika bisnis Islam. Perbedaannya yaitu, pada jurnal penelitian ini dilakukan dalam perdagangan sapi di pasar hewan pasirian, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan ini terhadap pedagang muslim di pasar.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Fauzan dan Ida Nuryana (2014), yang berjudul Pengaruh Penerapan Etika bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H.Slamet di Kota Malang. Dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan tentang etika bisnis yang diproduksi dengan Keadilan, Kejujuran dan Kepercayaan di warung Bebek H. Slamet di kota malang. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu mengenai etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaan pada jurnal ini meneliti tentang kepuasan pelanggan.

Keempat, Riska Ar Rahman (2016), Etika dan manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus di Warung Steack and Shake Cabang Sm Raja Medan). Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa, konsep etika bisnis islam di Warung Steack sudah baik untuk konsep siddiq yakni menjamin bahan baik dan halal serta kejujuran dalam bertransaksi. Untuk konsep tabligh dalam hal penyampaian dakwah melalui bisnis juga sudah baik. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu mengenai etika bisnis. Perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian ini menganalisis mengenai manajemen bisnis sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu penerapan etika bisnis Islam.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Lina Juliana haurissa dan Maria Praptiningsih (2014), analisis Penerapan Etika Bisnis pada PT Maju Jaya di Pare-pare Jawa Timur. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dalam PT Maju belum baik dalam penerapan etika deotologi, sehingga dapat dikatakan implementasi etika bisnis dalam perusahaan ini belum sempurna.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Norvadewi (2014), Tinjauan Etika Bisnis Islam Teradap Bisnis Salon Muslimah Zhafira Samarinda. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Salon Muslimah Zhafira staf manajemen dan pemiliknya memahami bagaimana bisnis tidak hanya tentang mendapatkan uang, tetapi juga untuk mendapatkan berkah dari Allah SWT.

Ketujuh, penelitian ini dilakukan oleh Ramlan dan Nahrowi (2014). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. Hasil penelitian Sertifikasi halal dalam makanan sangat dibutuhkan oleh konsumen Muslim untuk memberikan jaminan agar tidak mengkonsumsi atau menggunakan produk barang atau jasa yang tidak halal sehingga tidak terkena dosa.

Kedelapan, penelitian ini dilakukan oleh Rinol Sumantri dan Nur Aisyah Yuliza (2015). Teori-Teori Etika Perilaku Bisnis dan Pandangan Islam Tentang Perilaku Etika Bisnis. Hasil dari penelitian ini adalah Menjalankan bisnis memiliki peran penting untuk keberhasilan dan keabadian bisnis dan dalam berbisnis harus berdasarkan al-quran dan hadis.

Tabel 2.1

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	Risal Darwis	Vol. 2, Januari 2017. Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim di pasar sentral Gorontalo dalam berbisnis masih rawan terjadinya kecurangan dan penipuan.
2.	Muhammad Farid Amilatus Zahroh	Vol 2, Oktober 2015. Analisis Penerapan	Dalam perdagangan sapi di pasar hewan

		Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian	pasirian untuk penerapan prinsip kejujurannya masih kurang dikenakan masih ada beberapa pedagang yang berlaku curang dan adanya pedagang yang tidak menaati peraturan pasar, namun jumlahnya sangat minimal
3.	Ramlan dan Nahrowi	Vol XIV, No. 1, Januari 2014 Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim	Sertifikasi halal dalam makanan sangat dibutuhkan oleh konsumen Muslim untuk memberikan jaminan agar tidak mengkonsumsi atau menggunakan produk barang atau jasa yang tidak halal sehingga tidak terkena dosa.
4.	Rinol Sumantri dan Nur Aisyah Yuliza	Vol. 1. No. 1, (2015). Teori-Teori Etika Perilaku Bisnis dan Pandangan Islam Tentang Perilaku Etika Bisnis	Menjalankan bisnis memiliki peran penting untuk keberhasilan dan keabadian bisnis dan dalam berbisnis harus berdasarkan al-quran dan hadis
5.	Fauzan dan Ida Nuryana.	Vol. 10.No. 1, Februari 2014. Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang	Penerapan etika bisnis yang diproduksi dengan (1). Keadilan (2). kejujuran (3). Kepercayaan.
6.	Rizka Ar Rahman	Vol. 2 No. 2 April 2016. Etika dan Manajemen Bisnis Islam (studi kasus di Warung Steak and Shake cabang SM Raja Medan)	Menunjukkan bahwa konsep etika bisnis islam di warung steak sudah baik untuk konsep shiddiq yakni menjamin bahan baik dan halal serta kejujuran dalam bertransaksi. Untuk konsep tabligh dalam hal penyampaian dakwah melalui bisnis

			juga sudah baik.
7.	Lina Juliana Haurissa dan Praptiningsih	Vol. 2 No. 2 (2014). Analisis Penerapan Etika Bisnis pada PT Maju Jaya di Parepare Jawa Timur	Menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dalam PT Maju Jaya belum baik dalam penerapan etika
8.	Norvadewi	Vol. 6 No. 2, 2014. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Salon Muslimah Zhafira Samarinda	Salon Muslimah Zhafira staf manajemen dan pemiliknya memahami bagaimana bisnis tidak hanya tentang mendapatkan uang, tetapi juga untuk mendapatkan berkah dari Allah SWT.

C. Kerangka Konsep

Dari latar belakang, tinjauan teori dan penelitian terdahulu maka ditemukan kerangka konsep sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ 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 (QS. An-Nisa:29)(Departemen Agama, 2016)

Dari ayat diatas kita dapat belajar bahwa dalam melakukan bisnis yang benar kita tidak boleh melakukan kecurangan baik dari segi produk dan harga, karena Allah SWT telah menjelaskan dalam Al-qur'an. Maka dari itu peneliti mengambil judul yaitu "Penerapan Etika Bisnis bagi Pedagang Muslim dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus pada Pasar Wonomulyo Kab. Polewali Mandar)", kemudian dari studi kasus ini terdiri dari dua yaitu

tinjauan teori dan tinjauan empiris kemudian menghasilkan rumusan masalah yaitu bagaimana pemahaman tentang etika bisnis pada pelaku bisnis di pasar wonomulyo dan sejauh mana penerapan etika bisnis pada pedagang di pasar Wonomulyo. dalam menganalisis data penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif atau menggunakan deskriptif kualitatif yaitu menganalisis, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai berbagai masalah yang diteliti dan yang terjadi di lapangan, dan dari metode inilah penulis meneliti di pasar, kemudian muncul hasil penelitian.

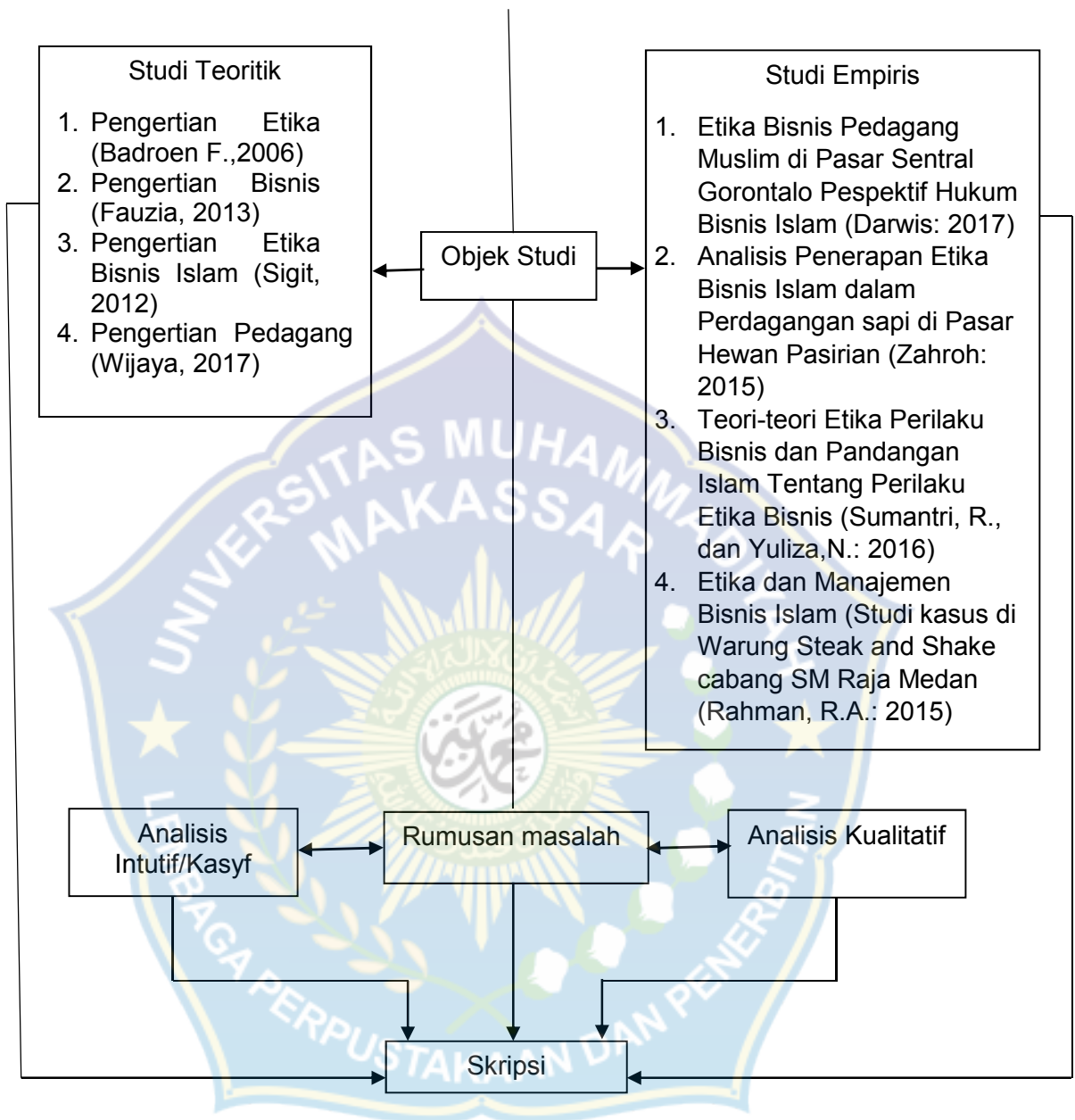


Al-Qur'an:

1. QS. An-Nisa:29
2. QS. Al-Baqarah ayat 278

Al-Hadist:

1. HR. Tirmidzi dan Ahmad, hasan Sahih.



Gambar 2.1 Kerangka Konsep

D. Kerangka Pikir

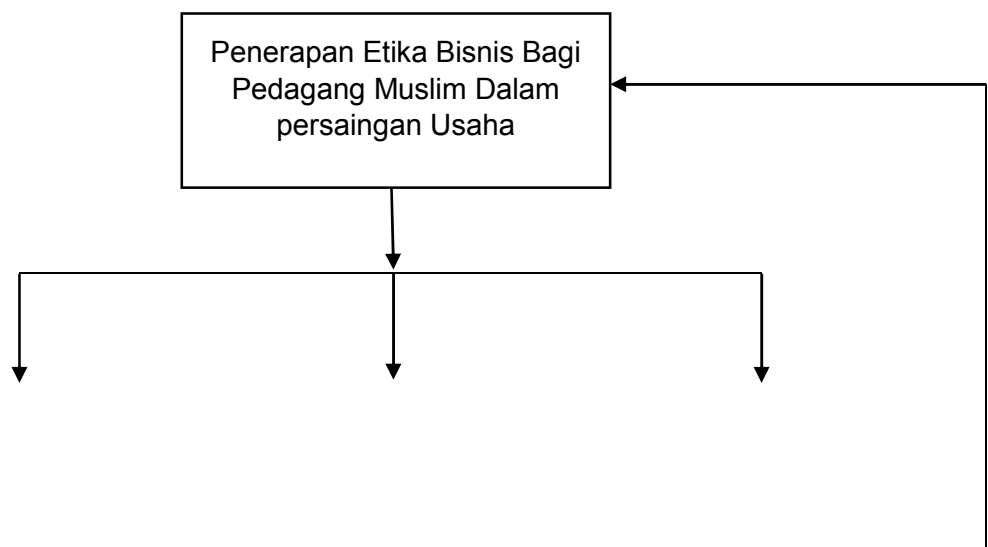
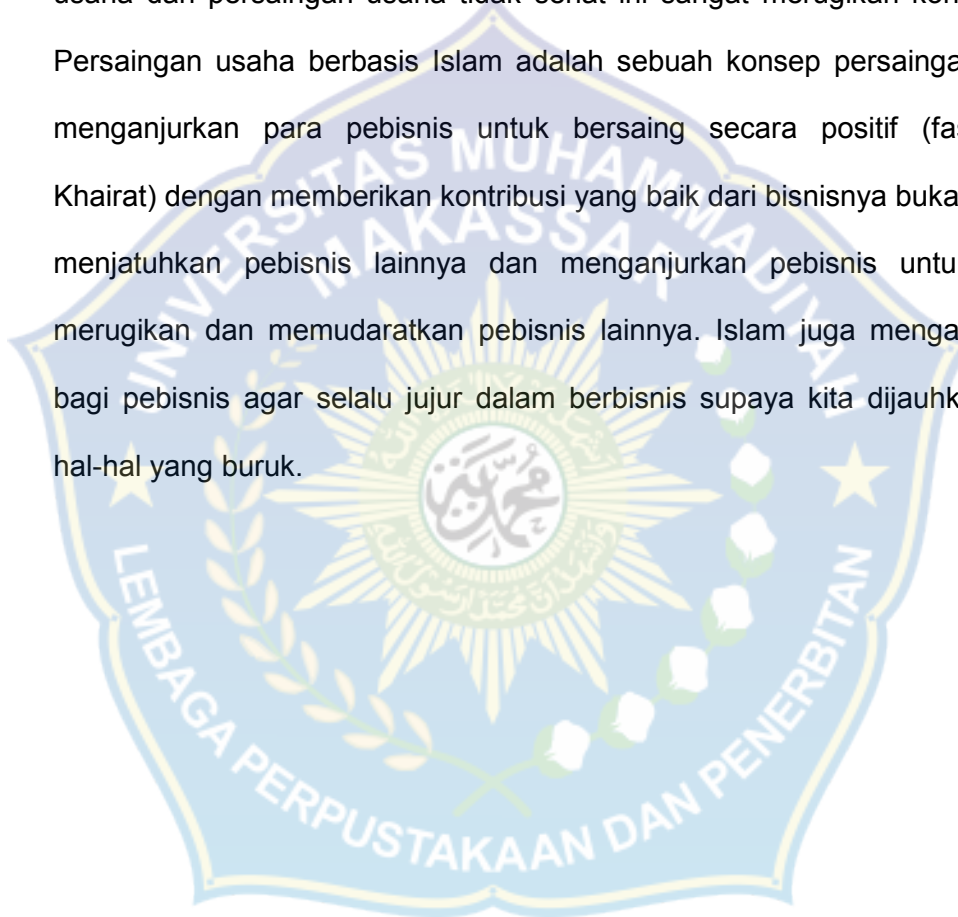
Dalam melaksanakan suatu bisnis seseorang harus menerapkan sistem etika bisnis Islam agar bisnis yang ia lakukan bukan hanya mendapat keuntungan saja tapi juga mendapat keuntungan dunia akhirat. Dengan

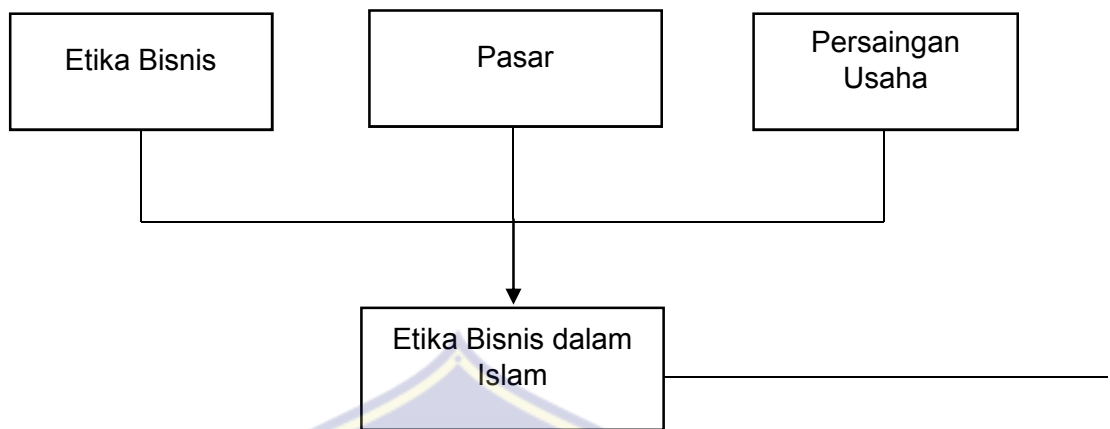
adanya penerapan etika bisnis Islam dalam pelaksana pelaku pedagang di pasar wonomulyo kabupaten polewali mandar maka pedagang pasar wonomulyo dapat menjual barang yang halal dalam Islam, adil, bebas, jujur dan mudah dalam pelaksanaan berdagang yang dilakukan.

Penerapan etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Pentingnya penerapan etika bisnis dalam persaingan usaha di lingkup pasar sangat dirasakan bagi para pedagang, salah satu hal positif dari penerapan etika bisnis yaitu adanya kenyamanan dalam persaingan usaha antar pedagang. Penerapan etika bisnis bukan hanya di perusahaan tapi di pasar pun masih banyak yang belum menerapkan jadi sebelum menjelaskan lebih lanjut pertama saya akan menjelaskan apa itu pasar. Pasar adalah hubungan atau pertemuan antara konsumen atau pembeli dengan produsen atau penjual dari suatu produk tertentu. Di samping itu, ada pula yang menyatakan bahwa pasar merupakan pertemuan atau hubungan antara permintaan dan penawaran. Pasar juga sangat berpengaruh dengan penerapan etika bisnis karena itu di pasar wonomulyo salah satu tempat yang cocok untuk diteliti bukan cuman itu dipasar wonomulyo juga sangat ketat dengan persaingan usaha.

Jadi persaingan usaha adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan

usaha terbagi atas dua yaitu persaingan sehat dan persaingan tidak sehat. persaingan sehat yaitu persaingan yang bentuknya positif tidak bersaing pada harga dan tidak melakukan kecurangan. Persaingan tidak sehat adalah suatu persaingan di mana persaingan ini dilakukan dengan cara-cara yang tidak jujur atau dengan cara melawan hukum atau menghambat persaingan usaha dan persaingan usaha tidak sehat ini sangat merugikan konsumen. Persaingan usaha berbasis Islam adalah sebuah konsep persaingan yang menganjurkan para pebisnis untuk bersaing secara positif (fastabikul Khairat) dengan memberikan kontribusi yang baik dari bisnisnya bukan untuk menjatuhkan pebisnis lainnya dan menganjurkan pebisnis untuk tidak merugikan dan memudaratkan pebisnis lainnya. Islam juga menganjurkan bagi pebisnis agar selalu jujur dalam berbisnis supaya kita dijauhkan dari hal-hal yang buruk.





Gambar 2.2. Kerangka Pikir Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2009:15) penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang berlandaskan pada filsafat pospositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive, teknik pengumpulan dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Penelitian kualitatif bertumpu pada latar belakang alamiah secara holistik, memposisikan manusia sebagai alat penelitian, melakukan analisis data secara induktif, lebih mementingkan proses dari pada hasil serta hasil penelitian yang dilakukan disepakati oleh peneliti dan subjek penelitian.

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada pemahaman tentang etika bisnis Islam dan penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di pasar Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar. Pedagang dalam penelitian ini adalah Pedagang Pakian Muslim, Sepatu, Sandal, Jilbab dan lain-lain.

C. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian, waktu yang direncanakan \pm 2 bulan. Lokasi yang dipilih untuk penelitian ini berada di Pasar Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer merupakan data-data yang diperoleh dari Pedagang langsung, yang dalam penelitian ini diperoleh dari pihak-pihak yang bersangkutan dan berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu etika bisnis Islam.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pelengkap yang diambil dari dokumentasi, buku, jurnal dan hasil penelitian maupun literatur yang berhubungan dengan etika bisnis Islam.

3. Data Informan

Tabel. 3.1
Daftar Informan Pedagang

No.	Nama	Alamat	Pendidikan	Usia	Inisial
1	Monika Alam	Ceppa	SMK	23	MA
2	Warlia Hasan	Botto	SMA	22	WH
3	Nurul Kumala Putri	Pappang	SMA	26	NKP
4	Hj. Rabiah	Botto	SD	40	Hj.R
5	Putri Wulandari	Mapilli	SMA	20	PW
6	Ariati Dayat	Tangga-tangga	SMK	25	AD
7	Abdullah. M	Jl. Muhammadiyah	SMA	32	AM
8	Dian Kamal	Wonomulyo	SMP	22	DK
9	Hj. Samsiah	Ceppa	SD	36	Hj.S
10	Sumiati Sumaali	Ceppa	SMA	23	SS

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik wawancara secara mendalam (*in-depth interview*). Esteborg (dalam Sugiyono 2009 : 317) mengemukakan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Tipe

wawancara yang digunakan dalam penelitian ini bersifat semi terstruktur (*semi structure interview*). Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2017). Hal lain yang perlu dipersiapkan untuk wawancara yaitu alat perekam suara (*voice recorder*) dan beberapa alat tulis bila diperlukan untuk pencatatan.

F. Instrumen Penelitian

Instrument dalam penelitian ini adalah penulis sendiri. Penulis menyiapkan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang disesuaikan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yang disesuaikan dengan pokok permasalahan dalam penelitian ini. Pokok permasalahan ini dapat berkembang sehingga penulis menemukan informasi lain yang berhubungan dengan pokok permasalahan tersebut selama wawancara berlangsung.

G. Analisis Data

Miles dan Huberman (Sugiyono, 2007) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara intaktif dan berlangsungnya terus menerus sampai tuntas, hingga datanya jenuh. Aktivitas tersebut adalah reduksi data, penyajian data, dan *conclusion drawing/verification* (Sugiyono, 2007).

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah analisis data yang dilakukan dengan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang diperoleh di dalam lapangan ditulis dalam bentuk uraian atau laporan yang terperinci.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Miles dan Huberman (Sugiyono, 2007) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan dalam bentuk penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

c. *Conclusion Drawing/verification*

Data yang diperoleh, kemudian dikategorikan, dicari tema dan polanya kemudian ditarik kesimpulan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Suku mandar merupakan salah satu suku yang terdapat di Sulawesi, tepatnya di Sulawesi Barat. Masyarakatnya masih banyak berpaham animisme kehindu-hinduan, tapi sampai saat ini sudah banyak anak-anak suku mandar yang mengenal pendidikan sampai ke jenjang yang tinggi. Dalam melaksanakan penelitian, mengetahui kondisi lingkungan yang akan diteliti merupakan hal yang sangat penting yang harus diketahui. Adapun lokasi penelitian yang diambil penulis adalah Pasar Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar. Sehubungan dengan penelitian ini, maka yang perlu diketahui adalah kondisi geografis, demografis, dan keadaan sosial ekonomi. Sebelum membahas pasar Wonomulyo, penulis terlebih dahulu memberikan gambaran tentang Kabupaten Polewali Mandar.

1. Gambaran Umum Kabupaten Polewali Mandar

Kabupaten Polewali Mandar merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Barat. Secara geografis Kabupaten Polewali Mandar terletak antara $3^{\circ}4'10''$ lintang selatan dan $118^{\circ}40'27''$ - $119^{\circ}29'41''$ Bujur Timur.

Secara geografis wilayah Kabupaten Polewali Mandar memiliki batas-batas sebagai berikut ;

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Mamasa;
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Pinrang;
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Mandar - Selat Makassar;
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Majene;

Luas Wilayah Kabupaten Polewali Mandar tercatat 2.022,30 KM² yang meliputi 16 (enam belas) kecamatan. Kecamatan Tubbi Taramanu dengan luas wilayah 356,93 Km² dan Kecamatan Bulu dengan luas 241,93 Km² merupakan 2 kecamatan yang terluas di Kabupaten Polewali Mandar ini. Luas kedua kecamatan 29,58% dari seluruh wilayah Kabupaten Polewali Mandar. Sementara kecamatan yang terkecil adalah kecamatan Tinambung dengan luas wilayah 21,34 Km² (1,06% dari luas wilayah Kabupaten Polewali Mandar).

2. Gambaran Umum Pasar Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar

Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah Pasar Wonomulyo. pasar ini merupakan salah satu pasar terbesar yang ada di Polewali mandar tempatnya di Jalan R.Soeparman kecamatan Wonomulyo.Kabupaten Polewali Mandar di Sulawesi Barat.

Tabel 4.1
Jumlah pedagang yang ada di Pasar Wonomulyo

No.	Jenis Pedagang	Jumlah Pedagang
1	Pakaian	250
2	Peralatan Rumah Tangga	30
3	Tas, sandal, Sepatu	50
4	Emas	10
5	Aksesoris	18
6	Kue	20
7	Sembako	130
8	Buah-buahan	20
9	Daging	8
10	Sayuran	30
11	Ikan	90
12	Ayam Potong	9
13	Jam Tangan	12
14	Penjahit	20
15	Pakaian Cakar	9
16	Mainan Anak-anak	10
17	Perlengkapan Bayi	6
18	Jilbab	25

19	Warung Makanan	28
20	Dan lain-lain	30
21	Total	805

Sumber Data Sekunder, Kantor Pasar Wonomulyo, 2019

Dilihat dari tabel di atas menunjukkan bahwa pedagang yang ada di pasar Wonomulyo yang paling mendominasi yaitu pedagang pakaian dimana pedagang pakaian berjumlah 250 orang, dan pedagang yang paling rendah yaitu pedagang perlengkapan bayi.

Dengan begitu banyaknya pedagang yang ada di pasar Wonomulyo kepada pasar menyediakan kebersihan agar pasar tersebut tetap terjaga dan rapi. Fasilitas yang digunakan untuk menjaga kebersihan di pasar Wonomulyo yaitu:

1. Bak sampah 10
2. Kendaraan pengangkut sampah 5
3. Wc yang ada di dalam pasar 3
4. Masjid 2

Adapun transportasi yang digunakan di sekitar pasar Wonomulyo yaitu:

1. Mobil angkot
2. Jasa ojek
3. Kendaraan roda dua/ motor
4. Kendaraan roda tiga/ becak

B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

1. Pemahaman Tentang Etika Bisnis Pada Pedagang yang ada di pasar Wonomulyo

Perdagangan mempunyai peranan yang sangat penting dalam memperoleh harta. Suatu perdagangan sebenarnya lebih baik daripada

pertanian dan pekerjaan lainnya. Kita ketahui bahwa sejarah bagaimana masyarakat agar memperoleh kemakmuran dan kesejahteraan, dengan itu bangsa-bangsa mendapatkan keberuntungan melalui perdagangan. Allah telah melarang kita berlaku zalim terhadap sesama yang harus kita lakukan itu suka sama suka sebagaimana firman Allah, QS An-Nisa: 4/29.

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

“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”.

Di pasar wonomulyo sangat penting diterapkannya etika berbisnis karena tanpa adanya etika dalam bisnis dapat merugikan pembeli dan pedagang. Maka dari itu di dalam berdagang harus diterapkan etika bisnis yang sesuai dengan syariat Islam agar kita semua terhindar dari kezaliman dan citra buruk seperti penipuan, serta cara kotor dan licik. Bisnis yang memiliki etika baik biasanya tidak akan pernah merugikan bisnis lain dan bisnis tersebut dapat berkembang dengan baik. Dengan tujuan menjadikan manusia hidup bahagia di dunia dan di akhirat.

Selain etika bisnis yang harus diterapkan, dalam berdagang kita sebagai umat harus menjalankan etika Islam. Karena berdagang merupakan salah satu cara untuk mendapatkan rezeki yang diberikan Allah SWT. dengan memasukkan etika Islam, keberkahan ekonomi akan kita peroleh sama seperti yang didambakan Rasulullah SAW. bagi dirinya, keluarga dan umatnya. Seperti yang di ungkapkan salah satu pedagang di pasar Wonomulyo yang bernama MA ia berkata:

“saya paham bagaimana etika berbisnis dalam Islam karena saya sudah menerapkan etika bisnis Islam dengan cara jujur kepada pembeli

apabila barang yang saya jual cacat. Karena saya pikir bahwa membohongi pembeli itu tidak boleh dan kita berdosa. Jadi kalau ada pembeli yang ingin membeli barang yang saya jual dan barang tersebut rusak atau ada cacatnya saya pasti jujur). MA, (10 Juli 2019)

Jadi Ibu MA ini selalu jujur dalam melakukan proses jual beli seperti apabila ada barang yang dia jual cacat pasti dia akan memberitahu kepada pembeli sehingga pembeli mengetahuinya. saudara WH pedagang jilbab mengatakan bahwa:

“saya paham sedikit tentang etika bisnis Islam, akan tetapi saya tidak selalu menerapkan, kadang-kadang saya terapkan dan kadang juga tidak, karena takutnya jika saya terapkan terus etika bisnis Islam nanti jualan saya tidak laku dan saya pasti rugi, jadi saya liat-liat dulu kondisi barang yang saya jual kalau memang barang tersebut ada cacatnya hanya sedikit yah saya jujur dan kalau barangnya memang banyak cacatnya kadang tetap saya jual dan biasanya saya tidak beri tahu karena kalau barang itu saya tidak jual saya pasti rugi). WH, (10 Juli 2019)

Ibu WH memahami etika bisnis dalam Islam tapi dia belum menerapkannya seperti yang dia katakan kalau memang cacat sedikit pasti saya akan jujur tapi kalau memang barangnya banyak cacatnya kadang tetap dia jual dan tidak memberitahu kepada pembeli karena dia takut rugi dan barang yang dia jual akan tidak laku.

Dapat diketahui bahwa etika bisnis membawa keuntungan serta sangat berpeluang untuk kita kembangkan, khususnya etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah Swt. dengan adanya etika bisnis maka bisnis yang kita jalankan tidak hanya menghasilkan keuntungan secara materi, namun juga non material seperti citra positif, kepercayaan, dan keberlangsungan bisnis itu sendiri. Seperti yang diungkapkan seorang pedagang yang ada di pasar Wonomulyo bernama Hj. S mengatakan bahwa:

“dalam berdagang, saya harus paham etika bisnis yang di contohkan oleh Nabi Muhammad saw. karena itu sangat penting, bukan hanya saya tapi seharusnya pedagang yang lain harus paham tentang hal tersebut begitu juga dengan pembeli. Dengan begitu kita sebagai pedagang disukai pembeli dan otomatis banyak mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan. Dan sebaliknya jika tidak paham tentang etika bisnis Islam dalam berdagang, akibatnya biasanya terjadi perlakuan yang tidak diinginkan atau tidak baik). Hj.S, (11 Juli 2019)

Hal senada dikatakan Pw salah satu pedagang di pasar:

“menurut saya sikap jujur sangat diperlukan dalam berdagang karena kejujuran merupakan salah satu tindakan yang apabila dilanggar akan menimbulkan perasaan bersalah dalam hati maka dari itu saya tidak mau merasa bersalah terus dan masalah keuntungan saya tidak terlalu mempermasalahkan karena saya yakin kalau rezeki sudah ada yang atur yaitu allah biar sedikit untung yang penting berkah itu sudah membuat kita merasa bahagia.). PW, (11 Juli 2019)

Kita bisa ambil nilai positifnya dari hasil wawancara di atas bahwa sikap jujur sangat penting dalam dunia bisnis atau perdagangan karena bisa mendatangkan keberuntungan dan juga keberkahan sehingga bisnis yang kita jalankan akan berjalan dengan lancar dan bisa disenangi oleh pembeli karena yang kita butuhkan adalah kepercayaan dari pembeli.

Para pedagang yang ada di pasar wonomulyo menyadari bahwa aktifitas bisnis bukan hanya sekedar mencari keuntungan semata tetapi merupakan bagian dari ibadah jadi kalau kita jalankan dengan penuh keyakinan dan dengan mengharap ridha dari Allah Swt maka bisnis yang kita jalankan yang berjalan dengan lancar. seperti yang diungkapkan oleh ibu SS mengatakan bahwa:

“Saya percaya bahwa semua pekerjaan jika kita lakukan dengan baik, pasti hasilnya juga akan baik atau bernilai ibadah dan akan mendapatkan pahala, oleh sebab itu saya selalu berusaha berlaku baik, ramah, murah senyum dan memberikan pelayanan yang terbaik setiap pelanggan dengan harapan agar mereka merasa nyaman dan puas atas pelayanan yang saya berikan. Saya berdagang bukan hanya sekedar mencari keuntungan harta tapi juga keuntungan akhirat. Maka dari itu yang paling utama itu niat, jika niat berdagang karena Allah pasti hasil dagangan kita akan berkah dan jika niat kita berdagang bukan karena

Allah, biasanya keuntungan yang kita dapatkan itu tidak berkah). SS, (12 Juli 2019)

Hasil wawancara lain dengan ibu Hj.R seorang pedagang yang ada di pasar Wonomulyo mengatakan bahwa:

“yang saya ketahui bahwa ibadah adalah sholat, puasa, zakat, dan haji dan segala yang wajib ibadah. saya hanya seorang ibu rumah tangga yang pekerjaan sehari-hari selain menjadi ibu rumah tangga juga seorang pedagang di pasar Wonomulyo, saya setiap hari berangkat ke pasar agar kami mendapatkan uang dan dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga sehari-hari). Hj.R, (12 Juli 2019)

Perdagangan itu adalah ibadah dengan memberikan kemudahan dan keberkahan. Namun masih ada informan yang kurang mengerti terkait dengan hal tersebut bahwa kegiatan bisnis adalah ibadah, sehingga dia beranggapan bahwa ibadah itu Shalat, zakat dan haji yang secara umum merupakan kewajiban bagi Ummat Islam. Hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan yang mereka miliki.

Berbisnis menjadi bagian penting dari ibadah, sehingga jalan yang ditempuh juga sesuai dengan ajaran Islam itu sendiri. Islam memandang penting semua itu agar manusia bisa dan lebih mudah menjalankan bentuk ibadah lainnya seperti memberi nafkah terhadap keluarga, menyantuni anak yatim, membayar zakat dan sebagainya. ketika bisnis dimulai dan ditujukan berdasarkan semangat beribadah maka hasil yang didapatkan bukan hanya berwujud keuntungan material semata, melainkan juga kehidupan yang abadi, yakni di akhirat kelak.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hampir semua pedagang yang ada di pasar Wonomulyo mengetahui tentang etika bisnis dalam berdagang seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. berdasarkan dari pengalaman yang didapatkan dari kedua orang tua,

kerabat, saudara dan teman-teman yang lebih lama berkecimpungan di dunia bisnis.

2. Penerapan Etika Bisnis pada Pedagang Muslim di Pasar Wonomulyo

Pengalaman Muhammad merupakan hasil terpaan pergulatannya dengan kehidupan masyarakat Jahiliyyah. Sejak usia 12 tahun Muhammad memiliki kecenderungan berbisnis. Ia pernah melakukan perjalanan ke Syam bersama pamannya, Abu Thalib. Ia juga mengunjungi pasar-pasar dan festival perdagangan, seperti di pasar Ukaz, Majinna, Dzul Majaz dan tempat lainnya. Gelar al-Amin bagi dirinya yang waktu itu ia masih muda semakin menambah para pebisnis lain untuk membangun jaringan bersamanya, baik ketika ia menjadi karyawan Khadijah maupun menjadi suaminya.

Kesibukan sehari-harinya mengantarkan Muhammad menjadi pelaku bisnis yang profesional dengan mempertimbangkan etika bisnis yang diyakininya. Profesi ini ditekuni Muhammad hingga ia berusia 40 tahun, sejak ia resmi menjadi rasul. Hal ini juga mencerminkan bahwa segala perilaku dan perbuatannya yang dilakukan sebelumnya adalah bukan atas bimbingan wahyu, namun atas dasar pengalaman sosialnya dengan pertimbangan akal pikirannya.

Jika memperhatikan sejarah keberhasilan Muhammad dalam mengelola bisnis maka kuncinya adalah akhlak mulia (seperti tutur kata yang baik dan jujur). Namun apakah modal tersebut cukup dalam membekali seseorang dalam mengelola bisnis jika ia tidak memiliki latar belakang kuat dalam dunia bisnis. Faktor-faktor apa yang mendorong Muhammad menjadi pebisnis dan sukses dalam menggelutinya. Siapakah yang membimbingnya, sementara ia belum menjadi Nabi yang selalu menerima wahyu dan

membimbingnya. Sementara Al-Qur'an sebagai wahyu yang selalu membimbing Muhammad baru turun ketika ia berusia 40 tahun. Artinya selama 39 tahun, Muhammad belajar dari keluarga dan lingkungannya. (Rohmah, 2016)

Dapat kita lihat dari hasil peneliti lakukan di lapangan, dengan cara observasi dan wawancara kepada para pedagang yang ada di pasar Wonomulyo.

1. Siddiq (jujur/benar)

Siddiq Artinya benar. Bukan hanya perkataanya yang benar tapi juga perbuatannya juga benar. sejalan dengan ucapannya. (QS. An-Najm:4)

إِنَّ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ ۚ

“Ucapannya itu tiada lain hanyalah wahyu yang diwahyukan (kepadanya)” (Rahmah, 2016)

. kejujuran adalah satu kualitas yang paling sulit dari karakter untuk dicapai di dalam bisnis, keluarga, atau dimanapun tempat orang-orang berminat untuk melakukan persaingan dengan pihak-pihak yang lain. Selagi kita muda kita diajarkan, di dalam tiap-tiap kasus ada kebijakan atau hikmah yang terbaik. Seperti perilaku Rasulullah saw yang jujur transparan dan pemurah dalam melakukan praktek bisnis merupakan kunci keberhasilannya mengelola bisnis. (Rahmat, 2017)

Kesuksesan Rasulullah disebabkan karena Rasulullah memiliki setinggi-tingginya nilai amanah, nilai kejujuran, dan sikap menjaga kehormatan diri, sehingga beliau dinobatkan sebagai pemilik gelar Al-Amin. Jujur itu mengajak manusia untuk terus mujur, yaitu untung. Dalam dunia perdagangan, jujur adalah salah satu kunci untuk penjualan yang laris manis. Tidak butuh sumpah palsu, cukup dengan mencontoh sosok

Rasulullah dalam berdagang. Yaitu dengan sifat amanah dan jujur. Justru sumpah palsu merupakan peringatan keras bagi para pedagang adalah tukang maksiat. Begitu pula dalam hadist dari Al-Hasan bin'Ali, Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda,

دَعُ مَا يَرِيكَ إِلَى مَا لَا يَرِيكَ فَإِنَّ الصَّدَقَ طَمَأْنِينَةٌ وَإِنَّ الْكُذِبَ رَيْبَةٌ

“Tinggalkanlah yang meragukanmu pada apa yang tidak meragukanmu. Sesungguhnya kejujuran lebih menenangkan jiwa, sedangkan dusta (menipu) akan menggelisahkan jiwa” (HR. Tirmidzi dan Ahmad, hasan Sahih).

Dengan begitu jelas yang di halalkan Allah hanya proses jual beli yang jujur, sedangkan jual beli yang disertai sumpah palsu adalah tidak diperbolehkan. Mungkin sebagian pedagang ada yang merasa lebih laris jika menggunakan sebuah sumpah dalam berdagang, yaitu bisa meyakinkan pembeli. Namun jika sumpah itu palsu, maka yang ada adalah menghilangkan berkah. Dalam hal ini Ibu NKP dari hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Saya tidak pernah bersumpah dalam berdagang meskipun barang saya bagus dan berkualitas, apalagi yang namanya sumpah palsu, saya tidak berani, takut dosa atau kwalat, apalagi sumpah atas nama Allah, dan hanya dengan tujuan agar dagangan saya laku, itu namanya menipu, cukup saya kasih tahu tentang kelebihan dan kualitas barang yang saya punya, terserah mereka mau beli atau tidak. Dan yang lebih penting lagi, yang saya cari bagaimana cara dapat untung banyak dan berkah). NKP, (12 Juli 2019)

Bertolak belakang dengan hasil wawancara peneliti lakukan kepada salah satu pedang yang ada di pasar wonomulyo ibu AD mengatakan:

“Saya serba salah kalau saya jujur nanti dagangan saya tidak laku jadi saya biasa mengatakan kepada pembeli kalau barang yang saya jual itu semua dari barang impor dan barangnya berkualitas. saya juga mengatakan kalau barang yang saya jual semuanya bagus-bagus karena dengan cara itu dagangan saya bisa laris dan laku semua). AD, (12 Juli 2019)

Dapat disimpulkan bahwa dari hasil wawancara peneliti lakukan bahwa masih ada pedagang yang melakukan sumpah palsu agar dagangannya laku padahal perbuatan itu dosa. Tapi masih banyak juga pedagang yang masih jujur dalam melakukan perdagangan karena menurutnya sumpah palsu itu perbuatan yang dilarang oleh Allah dan saya tidak mau hasil dagangan saya tidak berkah.

Sumpah tidak boleh main-main. Sama saja mempermainkan Allah. Jadi, tidak seharusnya dalam kehidupan sehari-hari kita mempergunakan yang namanya sumpah dalam berbicara jika tidak serius-serius sekali. Alangkah baiknya, jika penjual menggunakan kata untuk menguatkan kepada pembeli tidak dengan bersumpah, seperti dengan menjelaskan manfaat dan spesifikasi dari barang yang dijualnya. Seperti “sungguh, barang ini banyak manfaatnya.” Memang benar sumpah akan menjadikan penjual meningkat namun akan menghilangkan berkah di dalamnya, tidak ada nilai tambah kebaikan, dan tidak adanya keuntungan.

2. Istiqomah

Istiqomah adalah konsisten dalam iman dan nilai-nilai yang baik meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan. Istiqomah dalam kebaikan ditampilkan dengan keteguhan, kesabaran, serta keuletan, sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. Istiqomah merupakan hasil dari suatu proses yang dilakukan secara terus menerus. Misalnya interaksi yang kuat dengan Allah dalam bentuk Sholat, zikir, membaca Al-qur'an, dan lain-lain. Semua proses itu akan menumbuh-kembangkan suatu sistem yang memungkinkan kebaikan, kejujuran, dan keterbukaan teraplikasikan dengan baik. sebaiknya keburukan dan ketidak-jujuran akan tereduksi dan

ternafikan secara nata. Orang dan lembaga yang Istiqomah dalam kebaikan akan mendapatkan ketenangan sekaligus mendapatka solusi serta jalan keluar dari persoalan yang ada.

3. Amanah (terpercaya)

Amanah artinya benar-benar bisa dipercaya. Jika satu urusan diserahkan kepadanya, niscaya orang percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itulah Rasulullah Saw dijuluki oleh penduduk mekkah dengan gelar. “Al Amin” yang artinya terpercaya Jauh sebelum beliau diangkat jadi Nabi. Apa pun yang beliau ucapkan, penduduk mekkah mempercayainya karena beliau bukan seorang pembohong. Maksud amanah adalah tidak mengurangi apa-apa tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah. Allah memerintahkan agar umat Islam menunaikan amanah kepada orang yang berhak menerimanya dan jika memutuskan sesuatu perkara hendaknya dengan adil. Terkait dengan hal tersebut, dalam dunia perdagangan sangatlah penting dan dibutuhkan baik pedagang maupun pembeli. ,maksud sifat jujur dan amanah dalam berjual-beli adalah memberikan keterangan dan penjelasan tentang cacat atau kekurangan pada barang dagangan yang dijual jika memang ada cacat padanya. (Lalu Muh Shabiran, 2017)

Sebagaimana SS dalam keterangan hasil wawancara kepada peneliti menerangkan bahwa:

“Kesuksesan dan keberuntungan pedagang itu terletak pada bagaimana dia dalam menerapkan sikap amanah, sehingga pelanggan benar-benar mempercayainya. Jika barang tersebut ada cacatnya maka saya pisahkan dengan barang yang bagus agar pelanggan juga tahu bedanya dengan barang yang satu dengan yang lain karena dengan melakukan hal tersebut pelanggan akan percaya sama kita. Biasa juga ada

pelanggan lupa barang belanjannya di toko saya simpan baik-baik).
SS, (10 Juli 2019)

Hasil wawancara lain dari pedagang yang bernama MA menyatakan
bahwa:

“kepercayaan sangat dibutuhkan dalam berdagang agar pelanggan kita
juga senang berbelanja di toko kami, maka dari itu saya sangat berhati-
hati dalam berdagang). MA, (10 Juli 2019)

Dapat disimpulkan bahwa sifat jujur dan amanah sangat diperlukan
dalam dunia bisnis, karena berdagang merupakan bagian dari ibadah
maka dari itu jika kita perhatikan di zaman yang modern ini banyak iklan di
televise maupun media yang lain dalam memasarkan produk-produk
perusahaan seperti sabun mandi, sampo dan lain-lain. Masih mengandung
unsur kebohongan public hingga saling mematikan produk lain pada
intinya di zaman sekarang banyak pebisnis yang kurang amanah dalam
menjalankan bisnis mereka. Sifat amanah ini jika dikembangkan akan
membentuk kredibilitas yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang
berkualitas, karena dilandasi oleh saling percaya antara yang lain, Tanpa
kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan
hancur.

Bapak AM salah satu pedagang yang ada di pasar Wonomulyo
yang berhasil peneliti wawancarai terkait dengan riba, menerangkan
bahwa:

“Menurut saya riba itu tidak membawa berkah karena hanya membawa
untung sesaat, dulu saya pernah melakukan hal tersebut tapi sekarang
saya sudah tinggalkan yang namanya praktek riba karena rezeki yang
saya dapat tidak berkah. Bayangkan saja jika saya meminjamkan sedikit
saja kepada orang baru kembalinya misal tiga kali lipat. Otomatis kita
untung banyak, tapi ini dilakukan mungkin untuk orang-orang yang
memang mencari keuntungan saja tanpa memikirkan bagaimana
pertanggung jawabannya nanti di akhirat). AM, (10 Juli 2019)

Hal senada yang diungkapkan oleh ibu Hj. R menyatakan bahwa:

“kalau masalah riba saya kurang mengetahuinya tapi selama ini saya berdagang di oasar wonomulyo belum pernah menaikkan harga yang sangat tinggi karena bisa-bisa pelanggan saya kabur dan tidak mau lagi datang ke toko saya, jadi saya menjual dengan harga pasaran saja).
Hj.R (12 Juli 2019)

maka dari itu jauhkanlah pada diri kita yang namanya riba. Di Indonesia, majelis ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa tentang status hukum riba dan bunga. Pertama, praktek pembungaan uang saat ini telah memenuhi kriteria riba yang terjadi pada zaman Rasulullah Saw. yaitu Riba nasi'ah. dengan demikian, praktek pembungaan uang ini termasuk salah satu bentuk riba, dan riba haram hukumnya. Kedua, praktek penggunaan tersebut hukumnya adalah haram, baik dilakukan oleh bank, asuransi, pasar modal, pegadaian, koperasi, dan lembaga keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu. (Nur, 2015)

Pada dasarnya Islam melarang seorang muslim untuk memakan riba, hal ini seperti yang tercantum di dalam surat Al-Baqarah ayat 278:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ٢٧٨

Terjemahannya:

“hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum di pungut), jika kamu orang yang beriman” (Q.S.Al Baqarah:278)

4. Fathonah (Cerdas)

Fathonah artinya cerdas. Mustahil Nabi itu bodoh. Dalam menyampaikan 6.236 ribu lebih ayat Alquran kemudian menjelaskannya dalam puluhan ribu hadits membutuhkan kecerdasan yang luar biasa. Nabi harus mampu menjelaskan firman-firman Allah kepada kaumnya sehingga mereka mau masuk ke dalam Islam, Nabi juga mampu berdebat dengan orang-orang kafir dengan cara sebaik-baiknya. Sebagai seorang pemasar

harus cerdas dan bijaksana, dalam kata lain adalah pemasar harus mengerti, memahami, menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.

- a. Fatanah dalam hal administrasi/manajemen dagang, artinya hal-hal yang berkenaan dengan aktivitas harus dicatat atau dibukukan secara rapi agar tetap bisa menjaga amanah dan sifat shiddiqnya. Salah satu pedagang yang mengatakan bahwa “ dengan mengadakan pencatatan-pencatatan manual, ini sangat membantu memberikan informasi seberapa banyak keuntungan pada setiap harinya. Terlebih lagi ini akan menjadikan lebih mudah tahu barang apa yang kurang dan barang mana yang cepat laku. Hal semacam ini memang sangat memudahkan terkait dalam sikap fatanah sehingga dalam bisnis berdagang tertib administrasinya”.
- b. Fatanah dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta. Dalam hal ini fatanah ini Rasulullah mencontohkan tidak mengambil untung yang terlalu tinggi dibanding dengan saudagar lainnya. Sehingga barang beliau cepat laku.

Dari hasil wawancara AD mengatakan bahwa:

“masih ada pelanggan yang komplain masalah barang yang saya jual tetapi mereka komplain dengan persoalan harga, katanya barang yang saya jual terlalu mahal. Saya mau bagaimana lagi namanya juga jualan pasti banyak yang komplain, saya menjual barang yang tinggi karena barangnya juga bagus jadi sesuai dengan kualitas barangnya. Tapi kalau masalah cacat barangnya alhamdulillah belum ada pembeli yang komplain karena saya pisahkan antara barang yang bagus dengan yang ada cacatnya) (Wawancara Pedagang, 12 Juli 2019)

Hal senada juga yang diungkapkan oleh PW dari hasil wawancara oleh peneliti dia mengatakan bahwa:

“sementara ini belum ada pembeli yang komplain masalah barang dagangan yang saya jual karena saya pisahkan dengan barang yang berkualitas tapi ada juga pelanggan yang mau membeli barang yang

saya jual walaupun ada cacatnya namun dengan harga murah). PW, (11 Juli 2019)

Dilihat dari hasil wawancara di atas bahwa sifat fatanah sangat penting bagi pebisnis, karena sifat fatanah ini berkaitan dengan keuntungan bagaimana agar barang yang dijual cepat laku dan mendapatkan keuntungan, dan bagaimana agar pembeli tertarik membeli barang tersebut. Dengan demikian apapun yang dilakukan di dunia ini adalah untuk mencapai ridha Allah swt.

5. Tabligh (Komunikatif/menyampaikan)

Sifat tabligh artinya menyampaikan sesuatu. Orang yang mempunyai sifat ini akan menyampaikan dengan benar dan apa adanya dengan tutur kata yang tepat. Berbicara dengan orang lain dengan sesuatu yang mudah dipahami. Jika merupakan seorang pemimpin dalam dunia bisnis, ia harus mampu menyapiakan visi dan misi kepada bawahan dan relasi bisnisnya dengan baik dan benar.

pertanyaan yang penulis lanturkan kepada informan yaitu apakah Anda dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Sebagaimana ibu WH dari wawancara oleh peneliti mengatakan:

“Sebagai seorang pedagang kita harus saling menghargai dan pembeli harus saling menghormati satu sama lain. Sopan dan senyum ketika melayani pembeli. saya tidak mau memaksa pembeli untuk membeli barang yang saya jual, karena saya sudah mempromosikannya tergantung dia mau beli atau tidak karena dia pasti sudah tahu kualitas barang yang ada di toko saya). WH, (12 Juli 2019)

Sebagai mana yang di ungkapkan juga seorang pedagang yang ada di pasar wonomulyo Pw dia mengungkapkan bahwa:

“Itu hal biasa dalam transaksi jual beli, saya seorang pedagang harus sabar dan berusaha memberikan penjelasan tentang harga modal.

Namun terkadang juga ada pembeli tidak mengerti dengan harga yang kita berikan, sebenarnya harga yang kita berikan sesuai dengan kualitas produknya tapi pembeli juga biasa egois. Jadi kalau pelanggan masih menawar dengan harga rendah maka saya persilahkan mencari barang di tokoh lain). (Wawancara Pedagang, 12 Juli 2019)

Dengan demikian semua manusia mutlak belajar tidak ada hentinya. Ini berarti bahwa setiap orang harus berupaya untuk memperkaya atau memperbaiki diri dengan ilmu pengetahuan tak terkecuali dalam dunia bisnis, karena dalam bisnis apapun, pelaku bisnis yang sukses adalah pelaku bisnis yang telah di contohkan Rasulullah saw. sikap yang harus dimiliki oleh seorang pebisnis yaitu: bersyukur, kejujuran, kesungguhan, kedisiplinan, rasa percaya diri tinggi, bekerja keras.

3. Persaingan Yang di Lakukan Pedagang pada Pasar Wonomulyo

Dalam ajaran Islam aspek kehidupan manusia diatur dengan sempurna termasuk dibidang ekonomi yang di antaranya adalah produk. Produk adalah merupakan keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat pada konsumen. Dalam dunia perdagangan, persaingan dalam hal barang dagangan (produk) adalah hal yang wajar. Produk usaha bisnis yang dipersaingkan harus halal dan harus sesuai dengan apa yang di harapkan konsumen untuk menghindari penipuan.

Barang dagangan menjadi vital para pedagang. Pedagang yang mempunyai barang dagangan lengkap, akan diserbu pembeli, dan begitupula sebaliknya. Hal ini wajar terjadi, dimana para pedagang berlomba-lomba dalam menyediakan barang-barang yang dicari pembeli. Namun terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang barang dagangannya sama-sama lengkap dan diserbu pembeli. Selain

itu, dalam menjual produk, para pedagang memperhatikan syarat produk yang dijual sesuai dengan hukum Islam untuk menghindari persaingan yaitu:

a. Suci.

Para pedagang menjual barang yang suci bukan di kategorikan najis yang diharamkan.

b. Dapat di manfaatkan

Para pedagang menjual barang yang bermanfaat bagi kehidupan.

c. Milik orang yang melakukan akad

Barang yang di jual oleh para pedagang adalah milik dari pedagang yang sah dan kuasa penuh dari pedagang, bukan barang dari hasil pencurian dan kejahatan lainnya.

d. Dapat di serahkan

Barang yang dijual pedagang dapat diserahkan pada pembeli pada waktu akad terjadi.

e. Dapat diketahui

f. Yaitu barang yang diperjual belikan oleh pedagang dapat diketahui oleh pembeli bentuk, takaran, sifat dan kualitas barang.

Para pedagang pasar berlomba-lomba dalam menyediakan barang dagangan (produk) yang beragam untuk melanggengkan para pembeli. Jika terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang diserbu pembeli berarti ia tidak menyadarkan segala aktivitas bisnisnya pada Allah semata. Jika ada pedagang merasa iri dan menjelek-jelekan produk pedagang lain, dengan harapan pembeli berpihak padanya berarti pedagang tersebut tidak menjalankan prinsip etika bisnis Islam terkait tidak menipu upaya melakukan penipuan kerap menjadi strategi dan cara bagi dunia

bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Dampak yang akan timbul akibat dari perilaku menipu adalah kerugian bagi diri seorang pebisnis.

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata dari Allah SWT akan menjadi kekuatan dasar bagi seorang pedagang muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam berdagang. Selama berdagang, para pedagang akan senantiasa menyandarkan segala sesuatunya hanya kepada Allah semata. Bila bisnisnya mengalami kemenangan dalam persaingan, ia akan bersyukur. Sebaliknya jika sedang mengalami kegagalan dalam bersaing, ia akan bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya. Karenanya, seorang muslim akan memandang berbisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk bertebaran di muka bumi dalam mencari karunianya. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar “memenangkan” persaingan. Baginya yang dimaksud dengan persaingan adalah berbuat menjadi terbaik.

Terbaik di hadapan Allah yang dicapai dengan sekuat tenaga untuk tetap setia menaati setiap aturannya dalam berbisnis. terbaik di hadapan manusia dengan memberikan kepuasan pada para pembeli tidak merasa iri dengan pedagang lain yang ramai diserbu pembeli. Harusnya pedagang yang merasa iri termotivasi untuk menyediakan barang dagangannya yang dibutuhkan oleh pembeli, dan pentingnya menyediakan barang dagangan yang berkualitas untuk menarik pembeli. (Riza, 2017)

Seperti yang diungkapkan oleh Hj.S mengatakan bahwa:

“Dalam berdagang sudah pasti ada untung dan rugi, tergantung bagaimana cara kita berdagang dan rezeki sudah ada yang atur. Karena

saya yakin allah pasti akan memberi kepada hambanya rezeki yang banyak dan berkah kalau kita menjalankan bisnis dengan niat yang baik. Saya berusaha dalam perdagangan bersaing secara sehat dan mengenai masalah untung dan rugi itu soal biasa di dunia bisnis).Hj. S,(11 Juli 2019)

Menurut NKP dari hasil wawancara mengatakan bahwa:

“Dalam berdagang sudah ada cara tersendiri yang dilakukan oleh seorang pedagang. Tergantung dari kita mau bersaing secara sehat atau curang. Tapi sejak saya berdagang di pasar wonomulyo saya selalu berdagang dengan yang diperintahkan Allah tanpa merugikan pedagang yang lain, karena masing-masing kita punya pelanggan yang setia sama kita). NKP, (12 Juli 2019)

Persaingan yang dilakukan oleh pedagang di pasar wonomulyo merupakan persaingan secara sehat karena dilihat dari hasil wawancara yang peneliti kumpulkan bahwa pedagang yang ada di pasar wonomulyo ini yakin kalau rezeki Allah yang atur asalkan kita bersaing secara sehat dan menjalankannya dengan baik tanpa merugikan pedagang yang lain. Para pedagang harus saling ramah terhadap sesama pedagang agar tidak ada saling mengzolimi dan bisnis yang masing-masing dijalankan akan berjalan dengan lancar tanpa ada saling menyindir antar pedagang satu dengan pedagang yang lainnya. Jadi persaingan di pasar ini dikatakan persaingan yang secara adil dan sehat.

C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, yaitu pada pedagang di pasar Wonomulyo kab. Polewali mandar, dengan metode Deskriptif Kualitatif, yaitu Observasi, wawancara, dan dokumentasi Menjelaskan bahwasanya pemahaman pedagang tentang etika bisnistrata-rata sudah paham, sebagaimana yang di ungkapkan salah satu pedagang menyatakan bahwa: “saya paham bagaimana etika berbisnis dalam Islam karena saya sudah menerapkan etika bisnis Islam dengan cara jujur kepada pembeli

apabila barang yang saya jual ada cacatnya maka saya akan sampaikan kepada pelanggan saya. Karena saya pikir bahwa membohongi pembeli itu tidak boleh dan kita berdosa. Jadi kalau ada pembeli yang ingin membeli barang yang saya jual dan barang tersebut rusak atau ada cacatnya saya pasti jujur". Namun ada juga salah satu pedagang yang peneliti wawancarai mengatakan dia paham tentang etika bisnis namun tidak menerapkannya dan ada juga pedagang yang memang dari awal tidak paham etika bisnis dengan alasan bahwa kalau dia terapkan nanti dagangannya tidak laku dan pasti dia rugi. Padahal dengan diterapkannya etika bisnis dalam berdagang bisa membuat hidup kita tenang dan damai karena dalam berdagang bukan hanya keuntungan saja yang kita kejar tapi bagaimana supaya pelanggan kita percaya sama produk yang kita jual.

★ Para pedagang yang ada di pasar wonomulyo bahwa aktifitas bisnis bukan hanya sekedar mencari keuntungan semata tetapi merupakan bagian dari ibadah jika dilaksanakan dengan penuh keyakinan dan dengan senantiasa mengharap ridha Allah swt. maka dari itu kita sebagai negara Indonesia yang jelas-jelas mayoritas Islam harus lebih memperhatikan hal-hal seperti perdagangan yang telah di contohkan Rasulullah.

Dengan diterapkannya etika bisnis di negara kita maka perdagangan akan tetap lancar dan membaik karena tidak ada lagi kecurangan dalam melakukan hal-hal yang tidak diinginkan dan saya yakin perekonomian kita akan tidak terpuruk lagi, maka dari itu kita sebagai mahasiswa dari jurusan ekonomi Islam harus lebih memperhatikan lagi masalah yang ada di lingkungan sekitar dengan itu kita harus saling mengingatkan bahwasanya itu perbuatan tidak baik dan tidak disukai Allah SWT. Alhamdulillah di pasar

Wonomulyo masih banyak yang menerapkannya Etika Bisnis dalam Islam, salah satu yang membuat saya salut sama pedagang di pasar tersebut karena dia berdagang bukan hanya keuntungan dia kejar tapi dia berdagang dengan hati yang ikhlas yang penting bisa memenuhi kebutuhan keluarga dan hasil jualannya berkah walaupun keuntungannya sedikit yang jelas halal.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan bahwa ada beberapa sifat Rasulullah yang harus kita contoh yaitu tabligh, fatanah, siddiq dan amanah dimana salah satu pedagang sudah menjalankan 4 sifat Rasulullah dia menyatakan bahwa dia selalu jujur dalam berdagang dan juga tidak pernah melakukan sumpah palsu kepada pelanggannya karena dengan melakukan kejujuran kita terhindar dari dosa. Dia juga menyatakan bahwa barang dagangan yang dia jual selalu berkualitas kalau memang ada barang yang cacat pasti dia menyampaikan kepada pelanggannya.

Pedagang yang ada di pasar sudah menerapkan etika bisnis dimana pedagang sudah mengetahui yang namanya Riba dalam berdagang itu perbuatan yang sangat di benci Allah SWT. sebagaimana yang di jelaskan oleh salah satu pedagang di pasar womomulyo menyatakan bahwa riba adalah perbuatan yang tidak baik maka dari itu semenjak saya terjun di dunia perdagangan saya tidak pernah melakukan yang namanya riba yang saya lakukan selama ini sesuai dengan harga pasaran dan seandainya saya mau melakukan kecurangan pasti saya sudah kaya banget tapi saya pikir saya kaya di dunia tapi di akhirat nanti saya bakalan terima imbalannya maka dari itu saya tidak mau melakukan hal-hal yang membuat saya terjermus kedalam api neraka. Tapi ada juga yang cuman memikirkan kehidupannya di dunia dia sangat menikmati hasil dagangannya dengan

perbuatan curang salah satunya dia melakukan kecurangan dengan menaikkan harga barang yang sangat tinggi agar mendapatkan keuntungan lebih banyak.

Persaingan yang dilakukan di pasar wonomulyo sudah dikatakan persaingan yang sehat karena di pasar tersebut tidak saling menyindir antara pedagang satu dengan pedagang yang lain. Dimana salah satu pedagang menyatakan bahwa rezeki sudah ada yang mengatur tergantung kita bagaimana menjalankannya dan masih banyak pedagang yang berkomitmen bahwa kalau saya menjalankan bisnis ini secara sehat Insya'Allah rezeki ku akan semakin banyak tanpa melakukan hal-hal yang tidak diinginkan karena kalau kita melakukan perbuatan yang dilarang oleh Allah Swt kita bisa terjurumus dalam Api Neraka.

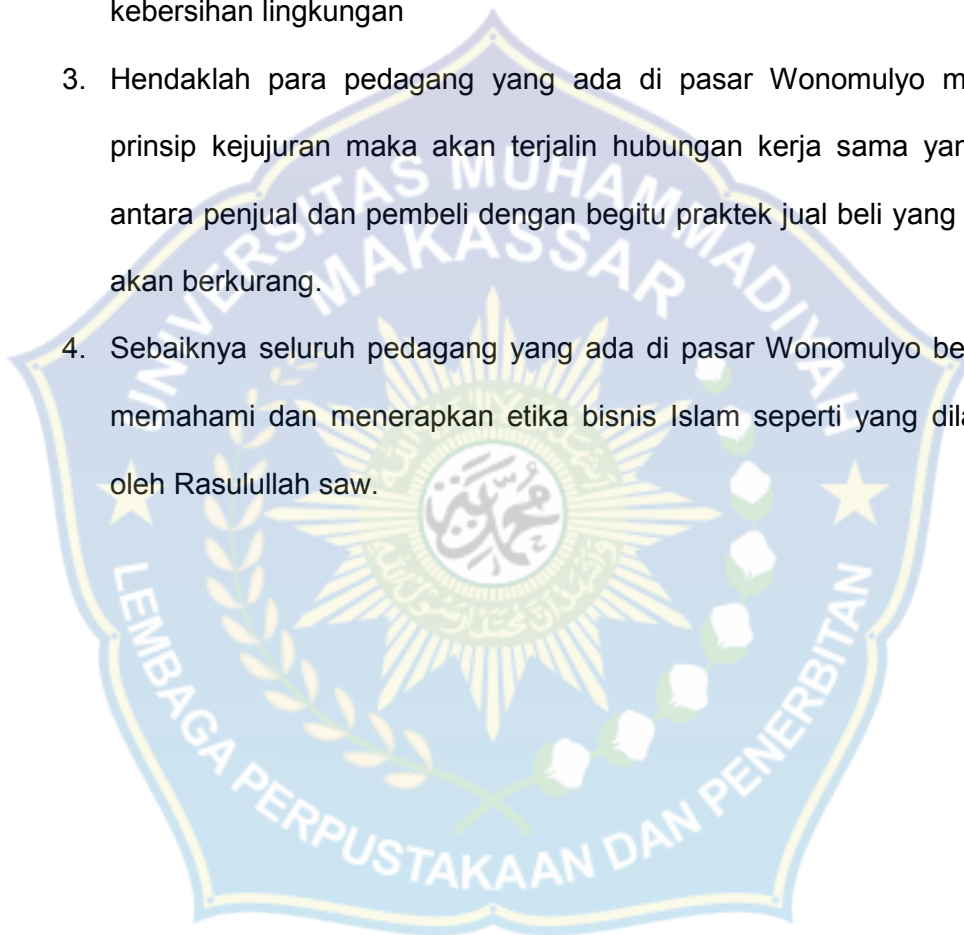
Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farid Amilatuz Zahro mengemukakan bahwa dalam perdagangan sapi di pasar hewan pasirian untuk penerapan prinsip kejujurannya masih kurang dikenakan masih ada beberapa pedagang yang berlaku curang dan adanya pedagang yang tidak menaati peraturan pasar, namun jumlahnya sangat minimal. Maka peneliti menilai bahwa hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai etika bisnis Islam bagi para pedagang dan dia hanya memikirkan keuntungan saja.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Lina Juliana mengenai penerapan etika bisnis pada PT. Maju Jaya di Pare-pare Jawa Timur. Dengan hasil penelitiannya belum berjalan dengan baik, sehingga dapat dikatakan Implementasi etika bisnis dalam perusahaan ini belum sempurna.

Dan adapun hasil penelitian yang lain oleh Rizal Darwis tahun 2017, yang berjudul Etika bisnis pedagang muslim di pasar sentral Gorontalo perspektif hukum bisnis Islam. Di mana hasil penelitiannya ini menunjukkan bahwa para pedagang muslim di pasar masih rawan terjadinya kecurangan, persoalan etika dalam berbisnis sesuai dengan syariat Islam belum menjadi pedoman dalam berbisnis dan masih dikatakan kurang karena masih banyak pedagang yang mengabaikan masalah etika bisnis yang di contohkan oleh Rasulullah dan mereka melakukan perdagangan hanya mengutamakan keuntungan saja.



1. Diharapkan kepada penjual dan pembeli agar lebih memperhatikan aturan-aturan syariat Islam dalam berdagang.
2. Diharapkan kepada pemerintah agar lebih memperhatikan masalah kedisiplinan di dalam pasar dan lebih memperhatikan masalah kebersihan lingkungan
3. Hendaklah para pedagang yang ada di pasar Wonomulyo menjaga prinsip kejujuran maka akan terjalin hubungan kerja sama yang baik antara penjual dan pembeli dengan begitu praktek jual beli yang curang akan berkurang.
4. Sebaiknya seluruh pedagang yang ada di pasar Wonomulyo berusaha memahami dan menerapkan etika bisnis Islam seperti yang dilakukan oleh Rasulullah saw.



DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada.
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Darwis, R. (2017). Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam. *Vol.2, Januari 2017*, 114.
- Depertemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya juz 1-30, Solo PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2016
- Fauzan, I. N. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H. Slamet di Kota Malang. *Modernisasi, Volume 10, Nomor 1, Februari 2014*, 39-44.
- Farid, M. d. (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan sapi di Pasar Hewan pasirian. *Vol. 6 No. 2 Oktober 2015*, 18.
- Fuzia, I. Y. (2013). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Hidayat, D. (2015). Pencapaian Masalah Melalui Etika Bisnis Islam studi Kasus Restoran Mie Akhirat.
- Irawan, H. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral sinjai.
- Khoiruddin. (2015). Etika Pelaku Bisnis dalam Perspektif Islam. *Vol. 7, No. 1 januari 2015*, 43.
- Lalu Muh Shabiran, T. H. (2017). Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur. *Iqtishoduna Vol. 6 No. 2 Oktober 2017*, 199-200.
- Nur, E. R. (2015). Riba dan Gharar: Suatu Tinjauan HUKUM dan Etika dalam Transaksi Bisnis Modern. *Voll.XII, No.3, 654*.
- Norvadewi. (2014). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Salon Muslimah Zhafira Samarinda. *Vol 6 No. 2, 2014*.
- Praptiningsih, L. J. (2014). Analisis Penerapan Etika Bisnis pada PT Maju Jaya di Pare-Pare Jawa Timur. *Vol. 2 No. 2,2014*.
- Rahman, R. A. (2016). Etika dan ManajemenBisnis Islam (studi kasus di warung Steak and shake cabang SM Raja Medan). *Vol. 2 No. 2 April 2016*, 3-5.
- Ramlan, N. (2014). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Upaya Perlindungan bagi Konsumen Muslim. *Vol XIV, No. 1, Januari 2014*.
- Rika Dwi Ayu Permatasari, S. M. (2013). *Pengantar Bisnis*. Makassar.

- Rinol Sumantri, N. A. (2015). Teori-Teori Etika Perilaku Bisnis dan Pandangan Islam Tentang Perilaku Etika Bisnis. *Vol. 1 No. 1, (2015)*
- Rahmat, B. Z. (2017). Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Etika Bisnis. *vol. 1 No.1, 103.*
- Riza, M. (2017). Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Pagi Peterongan Semarang Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam . 18.
- Rohmah, N. (2016). Perdagangan Ala Nbi Muhammad Saw Gambaran Tauladan yang Hilang di Perdagangan Global. 2.
- Sigit, T. (2012). *Etika Bisnis Modern*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN .
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan Kombinasi/ Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta.
- <https://bangkitmedia.com/Sumpah-dalam-berdagang-menghilangkan-berkah/>
- Zahroh, M. F. (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian. *Vol. 2, Oktober 2015.*
- Wawancara Penulis dengan Pedagang saudari Monika, Tanggal 10 Juli 2019.
- Wawancara Penulis dengan Pedagang saudari Warlia, Tanggal 10 Juli 2019.
- Wawancara Penulis dengan Pedagang saudari Sumiati, Tanggal 10 Juli 2019.
- Wawancara Penulis dengan Pedagang Ibu Hj. Samsiah, Tanggal 11 Juli 2019.
- Wawancara Penulis dengan Pedagang saudari Putri Wulandari, Tanggal 11 Juli 2019.
- Wawancara Penulis dengan Pedagang bapak Abdullah, Tanggal 12 Juli 2019.
- Wawancara Penulis dengan Pedagang Saudari Ariati, Tanggal 12 Juli 2019.
- Wawancara Penulis dengan Pedagang Saudari Nurul Kumala Putri, Tanggal 12 Juli 2019.
- wawancara Penulis dengan Pedagang ibu Hj. Rabiah, Tanggal 12 Juli 2019.
- Wawancara penulis dengan Pedagang Saudari Dian, Tanggal 12 Juli 2019.

Pedoman Wawancara

Penerapan Etika Bisnis pada pedagang di pasar wonomulyo

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur :
Pendidikan :

1. Apakah Anda mengetahui tentang etika bisnis dalam berdagang?
2. Apakah bagi Anda penerapan etika bisnis dalam berdagang membawa keuntungan yang besar?
3. Apakah Anda mengetahui bahwa berdagang merupakan Ibadah?
 - Jujur/ Siddiq
4. apakah Anda pernah melakukan sumpah palsu dalam berdagang?
 - Amanah
5. bagaimana cara Anda menjelaskan kekurangan atau cacat barang yang akan dijual kepada pembeli?
6. Apakah Anda pernah melakukan praktek Riba?
 - Fatanah
7. Apakah Anda pernah mendapat komplain dari pembeli tentang kerusakan barang yang Anda jual.
 - Tablik
8. Apakah Anda memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli?

PEDOMAN WAWANCARA

I	NO	Bagaimana pemahaman tentang etika bisnis Islam pada pelaku bisnis di pasar Wonomulyo	CODING	TRANSKRIP	REDUKSI	TRIANUGULASI
	1.1	Apakah Anda mengetahui tentang etika bisnis dalam berdagang?	MA, WH	<p>1.1</p> <p>a. MA. “mua anu masala acoangan mua mabalui tau uissang banditia iya inna macoa anna indang macoa apa iyau selama ma’balua simata mapogau banda tu’u acoangan. Iyau mua dia pa’alliu biasa upaungi lao mua diang barang’u kodakena siccong apa mua mappagenggei tau pa’allitta ita’ tobandi madosa. Jadi tattai iyau upissangi pa’alliu”.</p> <p>b. WH “Iyau upahami tobandi siccong tapi biasai indang upogau apa mua upogau tarrus i malai tu’u barang ubaluang nandiang ma’alli’i jadi iyau rugitoma, apa biasa tobandi mua diang siccong kodakena upissangi tobandi lao pa’alli apa sayang tobandi mua indangi dibaluang”.</p>	<p>1.1</p> <p>Menurut informan MA (10/7/2019): WH (10/7/2019) mereka sudah paham mengenai perdagangan Menurut Islam karena mereka selalu jujur kepada pelanggannya</p>	<p>Saya tidak melakukan triangulasi karena keterbatasan waktu</p>

	<p>1.2 Apakah bagi Anda penerapan etika bisnis dalam berdagang membawa keuntungan yang besar?</p>	<p>Hj.S, PW</p>	<p>1.2</p> <p>a. Hj.S “mua ma’danggangi tau mua’malai dipahami inna bassa ma’danggang menurut agamata’ apa naindang di pogau mua anu macoa bandi lya napogau nabitta apa iyamo iting penting sannal, apa mua malai tania sangga iyau tapi iyanasanna pa’balu mua malai napahami sola pa’alli to’o macoa le’ba mua ita’die pa’alli sola pa’balu dissang nasangi apa anu macoa ditia”.</p> <p>b. PW “mua iyau sikap jujur macoa sannal’i mua dipogaui apalagi mua ita’die pa’balu apa mua indangi tau mapipisanga lao tao mua indangi tongan ita tobandi madosa anna dipikirrisannal tobandi. Diang dibiasa solau mapauangia pecoai dolo kedomu baru macoao lao tahu apa iya di’i acoangan mua macoai tahu lao tahu macoa toi tu’u mai, jadi iyau semenjak menjadi pa’balu simata jujur’a lao pa’alliu apa yakina mua rezeki pongata’ala ma’issang nasangi. Jadi semenjak upogaui anumacoa iya di’o perasaan macoai disa’ding lo’nai mo lao siccong upoleang mua mabaracka</p>	<p>1.2 menurut Hj.S (11/7/2019) PW : (11/7/2019) sikap jujur sangat penting dalam dunia bisnis atau perdagangan karena dapat mendatangkan keuntungan dan keberkahan sehingga bisnis yang dia jalankan akan berjalan dengan lancar dan disenangi oleh pembeli karena dalam berdagang kepercayaan paling utama.</p>	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				banditia mario tomi disa'ding nyawatta".	
1.3	Apakah Anda mengetahui bahwa berdagang merupakan ibadah?	SS,Hj.R	1.3 a. SS "iyau makannyanga mua ia di'o pi'ujangano mua dipogau macoa bandi tattai anu macoa to'o pole malah mandapa toi tau pahala, jadi iyau die simata micawa'a lao pa'alli'u anna simata upecoai kedou lao pa'alli'u supaya marioi. Apa iyau di'e indanga sangga melo me'di upoleang doi tapi dipikkirri to'o inna bassa mua matei tau, jadi niat tonganna lao pongataala mua ma'baluitau simata di pecoai kedota dini dilino". b. Hj.R "" iya uissang iyau ibadah di'o masambayang, mappuasa, mampibengani tahu lao tahu doi atau mappasung sakka'na anna dai di makkayang jelas anu wajib dipogau apa' iyau di'e sangga dini da'diboyang anna laoma di pa'baluang iya tomo iyau pi'ujanganu mua' malimang-limang i laoma di pasar Wono ma'balu supaya diang doi'u nadiang diande tuttu allo".	1.3 menurut informan SS, (11/7/ 2019) : Hj.R, (12/7/2019) mereka percaya kalau pekerjaan jika dilakukan dengan baik pasti hasilnya juga akan baik atau bernilai ibadah makanya mereka berdagang selalu murah senyum, ramah dan berlaku baik kepada pelanggannya. Namun disisi lain masih ada informan kurang mengerti terkait dengan kegiatan bisnis adalah ibadah, sehingga ibadah menurutnya sholat, zakat dan lain-lain yang secara umum merupakan suatu kewajiban bagi ummat Islam. Hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan yang mereka miliki.	
II	NO	Bagaimana penerapan			

		etika bisnis Islam pada pedagang di pasar wonomulyo	KODING	TRANSKRIP	REDUKSI	TRIANUGULASI
2.1	Apakah Anda pernah melakukan sumpah palsu dalam berdagang?	NKP, AD	<p>2.1</p> <p>a. NKP “iyau indanga rua masumpa semenjak menjari pa’danggang apa’ pura dissang mua masumpai tau supaya balu-balu ta laku madosa sannal’i tau apa’ iyamo di’o sangana mattipui tau mua diang pole pa’alliu upissangi lao kualitas barang’u pole alawena damo tia meloi ma’alli atau indang asalkan pura upa’uangi. Indangmi uisang mua pa’danggang laeng apa iyau di’e mapikkirra inna bassa mala laku barang’u tapi dengan cara acoangan”.</p> <p>b. AD “iyau bingung toa mua simata jujur’a lao pa’alliu indangi nnalaku balu-balu’u jadi mua diang pa’alliu mittule simata ma’uangma anu malolo sannal di’e barang’u supaya masigai cappu”.</p>	<p>2.1</p> <p>Menurut informan NKP, (12/7/2019) : AD, (12/7/2019) kejujuran itu sangat di butuhkan dalam dunia bisnis karena dengan cara itu kita terbebas dari dosa. Namun ada juga pedagang yang serba salah kalau dia jujur terus karena mereka takut kalau barang dagangannya tidak laku dan bakalan rugi.</p>	Saya tidak melakukan triangulasi karena keterbatasan waktu	
2.2	Bagaimana cara Anda menjelaskan kekurangan atau cacat barang yang akan dijual kepada pembeli?	SS, MA	<p>2.2</p> <p>a. SS “mua ma’danggangi tau apalagi mua dini di pasar ma’dalle-dallei tau apa’ mae’di pa’balu. Biasa mua diang pa’alliu maluppei barangna</p>	<p>2.2</p> <p>Menurut SS, (10/7/2019) : MA, (10/7/2019) kepercayaan dalam melakukan perdagangan sangat utama karena dengan diterapkannya sikap amanah</p>		

				<p>tattai uwalai apa' iyamo di'o mua' macoai tahu tattai mipercayai pa'allitta".</p> <p>b. MA " iya di'o pa'allitta macoa sannal mua mipercayai apa' supaya mimbali boi mai di toko ta ma'alli baru mario toi mai, iyou ma'danggana upecoai sannal'i kedo'kedou apa' mua percaya mai tau malami mai tarrus ma'alli</p>	<p>membuat bisnis dia lancar dan pelanggan akan senang berbelanja di tempatnya.</p>	
2.3	Apakah Anda pernah melakukan praktek riba dalam berdagang?	AM, Hj.R	<p>2.3</p> <p>a. AM "mua menurut'u riba di'o anu indang sannal macoa apa memang untung itau tapi pertanggung jawabanna mua' matemitau. Dirua mai rua'a mapogau tapi dite'e indang ma rua apa' upikirri sannal'i mua diang tomaindang mai doi baru napependulu baru di'o doi'o mae'di sannal pindulunna iya' amande dama doi haram".</p> <p>b. Hj. R "mua' masalah riba indanga upahang sannal innabassa tapi semenja'a ma'danggang dini di pasar Wonomo indangpa rua mappamasuli lao di pa'alliu apa' nandiang mau manini melo mai ma'alli di pa'baluangu jadi simata ma'baluma iyou barang apa nabaluang lao tahu upasittengan nassang mi</p>	<p>2.3</p> <p>Menurut informan AM (10/7/ 2019) : Hj.R (12/7/2019) tidak pernah melakukan yang namanya riba karena itu sangat di benci oleh Allah Swt, maka dari itu dia selalu berhati-hati dalam melakukan perdagangan.</p>		

				harga	
2.4	Apakah Anda pernah mendapat komplain dari pembeli tentang kerusakan barang yang Anda jual?	PW, AD	2.4 a. AD “mua’ masalah maporotes barang ubaluang diang pa’alliu maporotes gara-gara harga mauangi ta’lalo masuli’i, innamo todi’ bassa mua’ iyatomo todi’ harga baru barang ubaluang todi anu malolo nasang. Tapi mua protes masalah kodakena barang ubaluang nandiang bandit ia apa’ tattai upasisara anu macoa anna anu indang macoa”. b. PW “ dirua di’e mai nandiangpa maporotes maslaah barang ubaluang apa simata upasisarai anu indang macoa anna anu macoa, tapi diang tobandi pa’allu melo maalli tapi nalli maseppomi”	2.4 Menurut AD, (12/7/2019) : PW (11/7/2019) belum ada pelanggan yang komplain masalah barang dagangan yang di jual.	
2.5	Apakah Anda pernah memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli?	WH, AM	2.5 a. WH “ita’die meluluare dini dilino macoa sannal’i mua simata siharga tau lao di tau apalagi mua’ ita pa’balu harus’i tau macoa lao pa’allitta simata sopanita anna simata micawa lao pa’allitta. Indangtoa rua mappassa pa’alli ma’alli dini engeau apa’ pele alawena damo tia meloi ma’alli dinid atau indang yang jelas purabandi upromosikan lao barang-barang	2.5 WH, (10/7/2019) : AM (10 Juli 2019) masih ada pelanggan yang masih egois dalam melakukan jual beli.	

				<p>ubaluang”.</p> <p>b. AM ““indanga herang di te’e mua pa’balu anna pa’alli mua’ diang simata melo ma’alli barang baru meloi harga maseppo tapi iyou di’e pa’balu simata sa’bar toma iyou mua diang pa’alli me’di sannal elo’na simata melo’i harga maseppo iya’ usio tomi iyou lamba ma’itai laengnna”.</p>	
2.6	Bagaimana pendapat Anda mengenai persaingan usaha yang ada di pasar Wonomulyo?	Hj.S, NKP	<p>2.6</p> <p>a. Hj.S “mua’ ma’baluitau minnassami tia diang disanga untungi anna rugi tau apa’ tergantung ita’tobandi inna bassa supaya di’o pa’alli indiangi billas lao di engeatta. Apa’ mua masalah rezekitta apa’ purami diator pongata’ala, apa yakina mua’ dijalani bandi dengan nia’ta macoa pastimi tia macoa toi pile mai rezekitta. Apa’ mua masalah iyadi’o untung anna rugi biasami”.</p> <p>b. “mua’pa’balu diang carana sendirinna mua meloi sisaing macoa atau melo’i korake. Yang jelas iyou semenja’a ma’balu dini di pasar Wonomulyo indang toa tu’u rua mapagengge pa’alli apa’ diang tobandi iyaupa’alli setia’u”.</p>	<p>2.6</p> <p>Menurut informan Hj.S (11/7/2019) : NKP (12/7/2019) mereka percaya kalau dalam persaingan Usaha sudah ada cara masing-masing yang dilakukan tergantung dari diri masing-masing bagaimana cara menjalankannya agar sesuai dengan Syariat Islam dan Mereka juga yakin kalau rezeki sudah ada yang atur yaitu Allah SWT.</p>	

DOKUMENTASI



Peneliti Bersama pedagang Jilbab yang bernama ibu Monika



Peneliti bersama bapak Abdullah pedagang baju Muslim



Peneliti bersama pedagang baju yang bernama ibu Ariati



Peneliti bersama pedagang sepatu yang bernama Nurul Kumala Putri



Peneliti bersama pedagang baju yang bernama ibu Dian



Peneliti bersama pedagang sandal dan sepatu yang bernama Hj. Samsiah



**PEMERINTAH KABUPATEN POLEWALI MANDAR
KEPALA UPTD PASAR WONOMULYO KABUPATEN
POLEWALI MANDAR**

Jln. R. Soeponan No.40 Sialada Wonomulyo, Kodepos 91352

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : *11/01/1919/2019*

Yang bertanda tangan di bawah ini kepala pasar Wonomulyo kabupaten Polewali mandar
Menyatakan bahwa saudara :

Nama	: Sakia Syamsul
Nim	: 10574000115
Asal perguruan tinggi	: Universitas Muhammadiyah Makassar
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Jurusan	: Ekonomi Islam
Pekerjaan	: Mahasiswa
Alamat	: Desa BottoKec. Campalagim

Menyatakan bahwa nama yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Pasar
Wonomulyo dengan judul "PENERAPAN ETIKA BISNIS BAGI PEDAGANG MUSLIM
DALAM PERSAINGAN USAHA (Studi Kasus pada Pasar Wonomulyo Kab. Polewali mandar)

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
sebagaimana mestinya.

Wonomulyo, Juli 2019
Kepala Pasar Wonomulyo





PEMERINTAH KABUPATEN POLEWALI MANDAR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Marunggal NO. 11 Pekkabata Polewali, Kode Pos 91315

IZIN PENELITIAN

NOMOR : 503/MS/PL/DPMP/TP/VI/2019

Dasar:

1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Asia Perubahan Peraturan Menteri Dalam Negeri RI/2014 Indonesia Nomor 84 Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Rekomendasi Izin Penelitian;
2. Peraturan Daerah Kabupaten Polewali Mandar Nomor 2 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Inspektorat Dapoda dan Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Polewali Mandar;
3. Memerintahkan:
 - a. Surat Pemohonan Sdr (I) SAKIA SYAMSUL
 - b. Surat Rekomendasi dari Badan Kasual, Bangsa dan Politik Nomor : B-407/2019/Inspektorat/PL/2019/2019, Tg. 04 Juli 2019

MEMBERIKAN IZIN

Kopack

Nama	SAKIA SYAMSUL
NIM/IDN/MP	105140000115
Asal Perguruan Tinggi	UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Fakultas	EKONOMI DAN BISNIS
Jurusan	EKONOMI ISLAM
Alamat	BOTTO KEC. CAMPALAGIAN

Untuk melakukan Penelitian di Pasar Wonorejo Kecamatan Wonorejo Kabupaten Polewali Mandar, sebulan mulai tanggal 04 Juli s.d 04 September 2019 dengan judul "PENERAPAN ETIKA BISNIS BAGI PEDAGANG MUSLIM DALAM PERSAINGAN USAHA (Studi Kasus pada Pasar Wonorejo Kab. Polewali Mandar)".

Adapun Rekomendasi ini dibuat dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Sebelum dan sesudahnya permohonan penelitian harus melampirkan dan kelengkapan persyaratan;
2. Penelitian tidak menyimpang dari isi yang diizinkan;
3. Menjalankan dengan Peraturan Pemerintah lainnya yang berlaku dan memperhatikan etika dalam penelitian;
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Penelitian kepada Bupati Polewali Mandar Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
5. Surat Izin penelitian ini berlaku dan dipergunakan untuk keperluan penelitian lapangan penelitian. Surat izin tidak berlaku untuk keperluan penelitian di luar negeri.

Ditentukan izin penelitian ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana dimaksud.

di Polewali Mandar,
Pada Tanggal: 04 Juli 2019

dr. **BUPATI POLEWALI MANDAR**
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU



ANDI SABRI MASDAR, S.Sos., M.Bi
 (tersebut) Peneliti
 NIP. 19740208 196805 1 009

Ditandatangani:

1. Untuk Pengetuhan dan tanda;
2. Untuk Keabsahan dan tanda;



Nomor : 1941/35A/4-VIII/VI/1440/2019
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
 Hal : Permohonan Rekomendasi Lem Penelitian
 Kepada 100
 Bapak / Ibu Bupati Pojowali Mandiri
 Cq. 1. Kepala Dinda Kesbang Pojowali
 di -
 Pojowali Mandiri

IG Sasywal 1440/11
 02 Juli 2019 W

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar nomor 5857/4-IV/VI/1440/2019 tanggal 02 Juli 2019, menerangkan bahwa mahasiswa-an. An. di bawah ini :

Nama : SAKLA SYAMSUL
 No. Sambat : 10574 0000145
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Pekerjaan : Mahasiswa

Secara resmi melaksanakan penelitian pengumpulan data dalam rangka penelitian Skripsi dengan judul :

"Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus pada Pasar Wonorejo Kabupaten Pojowali Mandiri)"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 5 Juli s.d 8 September 2019.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian secara lisan dan tertulis yang berkaitan.
 Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan *hoakumallahum khaeroh khatimah.*

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Tempat :
 1. Ks. DP/138

Ketua LP3M,

Dr. Ir. Abubakar Idhan, M.P.
 NBM 101 7716

BIOGRAFI PENULIS



Sakia Syamsul, akrab dipanggil Kia lahir di Botto pada tanggal 05 Desember 1995 dari pasangan suami istri Bapak Syamsul dan Ibu Hj.Nurliah. peneliti adalah anak keempat dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Ceppa, Desa Botto, Kec. Campalagian Kab. Polewali Mandar.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SDN 029 Inpres Botto lulus tahun 2009, SMP Negeri 2 Campalagian lulus tahun 2012, SMK Labuang lulus pada tahun 2015, dan mulai tahun 2015 mengikuti Program S1 Ekonomi Islam Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulis Skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar.

