

**PERILAKU PEDAGANG MUSLIM PASAR GEDE
CILACAP JAWA TENGAH PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM**



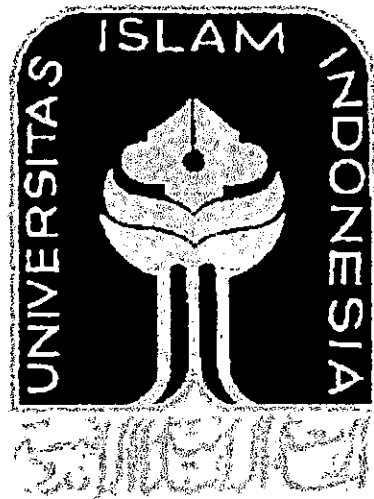
Oleh:
'Ainul Imronah
NIM.: 15913002

T E S I S

Diajukan kepada
PROGRAM PASCASARJAN...
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

**YOGYAKARTA
2017**

**PERILAKU PEDAGANG MUSLIM PASAR GEDE
CILACAP JAWA TENGAH PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM**



Oleh:

'Ainul Imronah

NIM.: 15913002

Pembimbing:

Dr. Rahmani Timorita Yulianti., M.Ag.

T E S I S

Diajukan kepada

PROGRAM PASCASARJANA

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna

Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : 'Ainul Imronah

NIM : 15913002

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Judul : **PERILAKU PEDAGANG MUSLIM PASAR GEDE
CILACAP JAWA TENGAH PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM**

menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah hasil plagiasi, maka saya siap untuk dicabut gelar kesarjanaan yang dianugerahkan dan mendapatkan sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 16 April 2017

Yang menyatakan,



'Ainul Imronah



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PENGESAHAN

Nomor: 1080/PS-MSI/Peng./V/2017

TESIS berjudul : **PERILAKU PEDAGANG MUSLIM PASAR GEDE
CILACAP JAWA TENGAH PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM**

Ditulis oleh : 'Ainul Imronah

N. I. M. : 15913002

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi.

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Yogyakarta, 22 Mei 2017

Ketua,

Dr. Hujair AH Sanaky, MSI



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM (S2)
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp/Fax (0274) 523637 e-mail: msi@uii.ac.id

TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : 'Ainul Imronah
Tempat/tgl lahir : Cilacap, 7 September 1989
N. I. M. : 15913002
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Judul Tesis : **PERILAKU PEDAGANG MUSLIM PASAR GEDE CILACAP
JAWA TENGAH PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

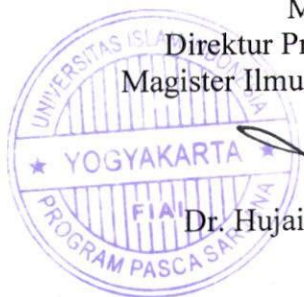
Ketua : Dr. Yusdani, M.Ag.
Sekretaris : Dr. Hujair AH Sanaky, MSI
Pembimbing : Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag.
Penguji : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM.
Penguji : Dr. Siti Achiria, SE., MM.

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 15 Mei 2017

Pukul : 13.30 – 14.30 WIB
Hasil : **Lulus**

Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana
Magister Ilmu Agama Islam FIAI UII
Dr. Hujair AH Sanaky, MSI





PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

NOTA DINAS

No. : 16489/PS-MSI/ND/V/2017

TESIS berjudul : **PERILAKU PEDAGANG MUSLIM PASAR GEDE
CILACAP JAWA TENGAH PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM**

Ditulis oleh : 'Ainul Imronah

NIM : 15913002

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Program Pascasarjana, Magister Ilmu Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, 12 Mei 2017

Ketua,

UNIVERSITAS

ISLAM

INDONESIA

Dr. Hujair AH Sanaky, MSI.

PERSETUJUAN

Judul : **PERILAKU PEDAGANG MUSLIM PASAR GEDE
CILACAP JAWA TENGAH PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM**

Nama : 'Ainul Imronah

NIM : 15913002

Konsentrasi : Ekonomi Islam

disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana Fakultas Ilmu
Agama Islam Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, 17 April 2017

Pembimbing,

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Dr. Rahmani Timorita Yulianti., M.Ag.

PERSEMBAHAN

karya ilmiah saya persembahkan untuk:

kedua orang tua saya, bapak Ahmad Zuhdi (alm) beserta ibu Romlah yang sangat saya sayangi, terimakasih kalian berdua the best for me,

kakak-kakakku yang selalu memberi dukungan tanpa bosan-bosannya,

teman-teman Ekonomi Islam PPs FIAI UII Yogyakarta.....kalian selalu membuatku kangen...

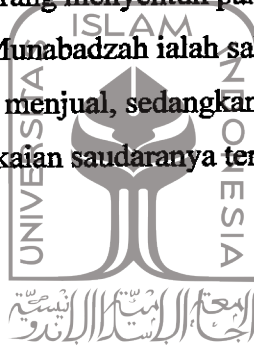
almamaterku...PPs FIAI UII Yogyakarta



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

MOTTO

Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Rafi' telah menceritakan kepada kami Abdur Razzaq telah mengabarkan kepada kami Ibnu Juraij telah mengabarkan kepadaku Amru bin Dinar dari 'Atha' bin Mina' bahwa dia mendengarnya telah menceritakan dari Abu Hurairah bahwa dia berkata; "Telah dilarang dua system jual beli, yaitu Mulamasah dan Munabadzah, adapun Mulamasah ialah salah seorang menyentuh pakaian saudaranya tanpa melihat terlebih dahulu. Sedangkan Munabadzah ialah salah seorang melempar pakaian ke temannya dengan maksud menjual, sedangkan temannya tidak perlu melihat pakaian saudaranya tersebut.¹



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

¹ Kitab Shahih Muslim, hadis ke 2781 tentang jual beli, hlm. 1349.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

**Sesuai dengan SKB Menteri Agama RI, Menteri
Pendidikan dan Menteri Kebudayaan RI
No. 158/1987 dan 0543b/U/1987
Tertanggal 22 Januari 1988**

I. Konsonan Tunggal

HURUF ARAB	NAMA	HURUF LATIN	NAMA
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Bā'	<i>B</i>	-
ت	Tā	<i>T</i>	-
ث	Sā	<i>S</i>	s (dengan titik di atas)
ج	Jīm	<i>J</i>	-
ح	Hā'	<i>H</i>	h (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	<i>Kh</i>	-
د	Dāl	<i>D</i>	-
ذ	Zāl	<i>Z</i>	z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	<i>R</i>	-
ز	Zā'	<i>Z</i>	-
س	Sīn	<i>S</i>	-
ش	Syīn	<i>Sy</i>	-
ص	Sād	<i>S</i>	s (dengan titik di

			bawah)
ض	Dād	<i>D</i>	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	<i>T</i>	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	<i>Z</i>	z (dengan titik di bawah)
ع	'Aīn	'	koma terbalik ke atas
غ	Gaīn	<i>G</i>	-
ف	Fā'	<i>F</i>	-
ق	Qāf	<i>Q</i>	-
ك	Kāf	<i>K</i>	-
ل	Lām	<i>L</i>	-
م	Mīm	<i>M</i>	-
ن	Nūn	<i>N</i>	-
و	Wāwu	<i>W</i>	-
ه	Hā'	<i>H</i>	-
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	<i>Y</i>	-

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

III. *Ta' Marbūtah* di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
------	---------	---------------

فروض	ditulis	<i>furūd</i>
------	---------	--------------

VI. Vokal Rangkap

1.	<i>Fathah + ya' mati</i> بينكم	ditulis	<i>Ai</i>
		ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	<i>Fathah + wawu mati</i> قول	ditulis	<i>Au</i>
		ditulis	<i>Qaul</i>

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata Sandang *Alif + Lam*

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

زوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

ABSTRAK

Perilaku Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Jawa Tengah Perspektif Etika Bisnis Islam

Ainul Imronah
15913002

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Perilaku menyimpang sering kali ditemukan di pasar tradisional. Oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur perilaku para pedagang. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis memilih pasar Gede Cilacap sebagai objek alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam.

Fokus pembahasan dan pertanyaan penelitian ini adalah *pertama* tentang pemahaman pedagang muslim pasar Gede Cilacap mengenai etika bisnis Islam. *Kedua* tentang perilaku pedagang muslim pasar Gede Cilacap perspektif etika bisnis Islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan: *Pertama* pemahaman pedagang muslim di pasar Gede Cilacap mengenai etika bisnis Islam disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam dan memahami indikator etika bisnis islami. *Kedua* perilaku pedagang muslim di pasar Gede Cilacap telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang meliputi, tidak melupakan ibadah shalat wajib, berdo'a dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati dengan memberi waktu tenggang pembayaran. Namun, sebagian perilaku pedagang ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu lalai dalam menjalankan ibadah shalat wajib ketika melakukan transaksi jual beli, tidak bersikap ramah kepada pembeli dan tidak memberikan waktu tenggang pembayaran.

Kata Kunci: *Perilaku, Pedagang Muslim, Pasar Gede Cilacap, Etika Bisnis Islam*

ABSTRACT

The Behavior of Moslem Sellers in Gede Market, Cilacap Central Java in the perspective of Islamic Business Ethics

**'Ainul Imronah
15913002**

Market is a purchase and sale area with the number of more than one seller either the one called as shopping center, traditional market, shops, mall, trade center or the one with other names. Deviant behavior is frequently found in traditional market; therefore, Islamic business ethics play an essential role in managing the behavior of the sellers. In relation to this case, the writer chose the Gede Market, Cilacap as the object as the writer saw the behavior of the sellers that was deviant from what has been applied in the Islamic business ethics. Such deviant behavior included breaking promise, unfriendly to the buyers, and not giving the grace time for the payment.

The focus of the discussion and the question of this research included *first* about the understanding of the Moslem sellers in Gede Market, Cilacap regarding the Islamic business ethics; *second*, regarding the behavior of Moslem sellers in Gede Market, Cilacap in the perspective of Islamic business ethics. This is a field research in which the data was collected through the method of observation, interview, and documentation. The technique of data analysis used was the descriptive analysis.

The results of the research revealed that first the Moslem sellers in Gede Market, Cilacap do not understand about Islamic business ethics. However, in implementing the purchase and sale transaction they use the rules that have been regulated by Islam and understand the indicators of Islamic business ethics. Second, the behavior of sellers in Gede Market, Cilacap has been in conformity with the Islamic business ethics including doing Shalat (Fardhu), pray and giving, being righteous, and in balance in weighing and not hiding any defects and giving the freedom for the new sellers and not forcing any buyers, keeping promises, being responsible for the product quality, being courteous in serving and being generous in giving the grace time for payment. However, some behaviors of the sellers were not in line with the Islamic business ethics such as being negligent to do Shalat (Fardhu) when still doing trading activity, being unfriendly to the buyers and not giving a grace time for payment.

Keywords: *Behavior, Moslem Sellers, Gede Market, Cilacap, Islamic Business Ethics*

April 19, 2017

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII JI. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

اللَّهُمَّ صَلِّ صَلَاةً كَامِلَةً وَسَلِّمْ سَلَامًا تَامًّا عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ الَّذِي تَخَلَّ بِهَ الْعَقْدُ وَتَنَفَّرَ بِهِ الْكُرْبُ وَتُقْضَى بِهِ الْحَوَائِجُ وَتُنَالُ بِهِ الرِّغَائِبُ وَحُسْنُ الْخَوَاتِمِ وَ يُسْتَسْقَى الْعَقَامُ بِوَجْهِهِ الْكَرِيمِ وَ عَلَى آلِهِ وَ صَحْبِهِ فِي كُلِّ لَمْحَةٍ وَ نَفْثٍ بِعَدَدِ كُلِّ مَعْلُومٍ لَكَ ۞

إِنَّ اللَّهَ وَمَلَائِكَتَهُ يُصَلُّونَ عَلَى النَّبِيِّ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا صَلُّوا عَلَيْهِ وَسَلِّمُوا تَسْلِيمًا

Segala puji hanyalah kepunyaan Allah swt. semata. Kepada-Nya kita memuja, memohon pertolongan, meminta petunjuk, dan mengharap ampunan. Kita berlindung kepada-Nya dari segala potensi buruk diri kita dan perbuatan-perbuatan buruk kita.

Pada akhirnya, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya, *pertama*, kepada Pemilik alam semesta ini, yang berkat kemurahan dan kasih sayang-Nya yang tak pernah putus telah memberikan taufiq dan pemahaman, dan dengan tanpa-Nya penulisan karya tulis ilmiah ini tidak mungkin akan pernah terselesaikan dan terwujud sama sekali. *Kedua*, penulis mengucapkan terimakasih yang tulus kepada kedua orangtua dan segenap keluarga. Kepada Bapak Ahmad Zuhdi (alm) dan Ibu Romlah, cucuran keringat dan air mata kalian telah menjadikan saya menjadi seorang yang berpendidikan. Saya menyadari, tiada satupun yang dapat saya berikan untuk membalas cucuran keringat dan air mata kalian selain daripada doa yang selalu saya panjatkan, “Ya Allah, jadikanlah

hamba sebagaimana seorang anak yang seharusnya dikaruniakan kepada kedua orangtuanya. Seorang anak yang akan selalu menjadi kebahagiaan dan kehidupan bagi mereka, saat mereka hidup maupun saat tiadanya mereka.” Kepada Mas Ali Usman, Mas Ali Imron, Mas Ali Shodikin, dan Mas Ali Taufiq Hidayat, semoga kebaikan selalu menyertai langkah-langkah kalian. Kepada Mba Ma’riqoh dan Mba Farikhah, kekurangan kalian telah menjadi kelebihan kalian, dan kekurangan kalian pulalah yang telah menyebabkan saya mengerti akan cukup banyak hal. Kepada Keponakan-keponakanku yang telah memberikan dukungan moril kepadaku, semoga kalian selalu dalam lindungan Allah swt. Adapun kepada seluruh keluarga besarku, kontribusi yang telah kalian berikan kepada saya, moril maupun materil, insya Allah, tidak akan saya lupakan. Semoga Allah swt. Merahmati kalian semua.aamiin.

Ucapan terima kasih selanjutnya penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Nandang Sutrisno, SH., LLM, M.Hum, Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Tamyiz Mukharrom, M.A. selaku dekan Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) UII Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Hujair AH Sanaky, MSI. selaku Ketua Program PPs FIAI UII Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Yusdani, M.Ag. selaku Sekretaris Program PPs FIAI UII Yogyakarta.
5. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kontribusi yang sangat banyak kepada penulis, berupa

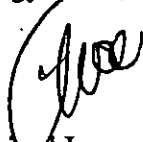
pasokan-pasokan ilmu yang sangat bermanfaat pada setiap pertemuan-pertemuan yang penulis lakukan dengannya. Penulis sangat bersyukur, dan berterima kasih sekali lagi, perlakuan yang beliau berikan kepada penulis ibarat seperti perlakuan seorang orangtua kepada anaknya;

6. Bapak serta Ibu segenap dosen, jajaran, dan staf karyawan PPs FIAI UII Yogyakarta yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu di sini; semoga Allah swt. Meridhoi Bapak dan Ibu sekalian semua.

Tak lupa juga, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih ini kepada pimpinan dan seluruh staf pengelola pasar Gede Cilacap, terutama kepada Bapak Tugiwana, kepala UPT pasar wilayah Cilacap Selatan, kepala Subdit Pasar, Kepala Disperindangkop Kab. Cilacap, yang telah membantu penulis dalam memberikan pengajaran, data, maupun informasi yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan tugas tesis/karya tulis ilmiah ini. Semoga jasa Bapak dan Ibu sekalian tergantikan dengan pahala yang baik di sisi Allah swt.

Terakhir, penulis sampaikan *special thanks* kepada seluruh kawan-kawan, yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam bentuk moril yang sangat penulis harapkan dalam penyelesaian tugas tesis ini. Semoga Allah swt. Membalas dengan balasan yang terbaik buat kalian, dan semoga kita tetap akan dipersuakan-Nya jua di hari kemudian. *Insyallah*, Aamiin.

Yogyakarta, 17 April 2017


'Aini Imronah
159130002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
TIM PENGUJI	iv
NOTA DINAS	v
PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xxi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Sistematika Pembahasan	9

BAB II	: KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA	
	TEORI	11
	A. Kajian Penelitian Terdahulu	11
	B. Kerangka Teori	30
	1. Pengertian Perilaku Pedagang Muslim	30
	2. Teori Pemahaman	37
	3. Etika Bisnis Islam	39
	4. Pasar	70
BAB III	: METODE PENELITIAN	91
	A. Jenis dan Lokasi Penelitian	91
	B. Informan Penelitian	92
	C. Teknik Penentuan Informan	92
	D. Teknik Penelitian Data	94
	1. Observasi	94
	2. Wawancara	94
	3. Dokumentasi	95
	E. Keabsahan Data	95
	F. Teknik Analisis Data	96
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	98
	A. Profil Pasar Gede Cilacap	98
	1. Selayang Pandang Pasar Gede Cilacap	98
	2. Kepemilikan dan Struktur Organisasi Pengelola Pasar Gede	

	Cilacap	99
	3. Sarana dan Prasarana Pasar Gede Cilacap	101
	4. Jumlah dan Jenis Bisnis Pedagang Pasar Gede Cilacap ...	102
B.	Pemahaman Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Mengenai Etika Bisnis Islam	104
C.	Perilaku Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Perspektif Etika Bisnis Islam	109
BAB V	: PENUTUP	125
A.	Kesimpulan	125
B.	Saran	126
DAFTAR PUSTAKA		127
LAMPIRAN		132
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		133



DAFTAR TABEL

- Tabel 1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang, 22
- Tabel 2. Struktur Organisasi Pengelola Pasar Gede Cilacap, 100
- Tabel 3. Data Informan dan Jenis Pedagang di Pasar Gede Cilacap, 102
- Tabel 4. Data Informan Konsumen di Pasar Gede Cilacap, 103
- Tabel 5. Pemahaman Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Perspektif etika Bisnis Islam, 108
- Tabel 6. Perilaku Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Persepektif Etika Bisnis Islam, 124



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menghubungkan antara bisnis dan agama seringkali dianggap tabu baik oleh kalangan bisnis sendiri maupun kalangan pegiat agama. Bagi sebagian kalangan pegiat agama, bisnis dinilai sebagai ranah yang penuh dosa, sedangkan agama adalah ranah yang suci. Mencampurkan keduanya dianggap mempertaruhkan kesucian agama. Bagi sebagian kalangan bisnis, agama adalah utopia: prinsipnya baik dan benar tetapi tidak realistik paling tidak untuk situasi konkret saat ini. Anggapan semacam itu sama sekali tidak menolong para pebisnis yang juga penghayat agama. Seringkali mereka harus hidup dalam dua dunia yang terasa bertentangan. Ketika menjalankan bisnis mereka harus meninggalkan atau mengesampingkan keyakinan agama, dan ketika menjalankan ibadah mereka harus melupakan atau menyesalkan bisnis mereka tanpa pernah bisa meninggalkannya. Pandangan dualistik seperti tersebut memang bukan sesuatu yang baru dalam hal hubungan bisnis dan agama.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar

sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu.

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.¹ Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya, pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain.²

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Seperti contoh, banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang, antara lain pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram.³

¹Peraturan presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, 2007. www.bpkp.go.id , pada tanggal 31 Oktober 2016 pukul 20:31 WIB.

²Akhmad Mujahiddin., *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), hlm. 143.

³Erma Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010, hlm. 2.

Pembeli atau konsumen sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan khususnya di pasar yang dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan. Kejujuran dalam perdagangan tetap dapat diwujudkan dengan cara para pedagang mengatakan secara jujur bahwa barang yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang kualitas buruk.

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Asy-Syu'ara ayat 181-183:

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

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.⁴

Ayat tersebut menganjurkan kepada seluruh ummat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.⁵

⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005), hlm. 299.

⁵Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 154.

Kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar. Dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor: 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berisikan hak-hak konsumen, disamping kewajiban yang harus dilakukan. Dengan adanya undang-undang tersebut, maka diharapkan kepada para pelaku bisnis untuk melakukan peningkatan dan pelayanan sehingga konsumen tidak merasa rugi. Yang penting dalam hal ini adalah bagaimana sikap produsen agar memberikan hak-hak konsumen yang pantas diperoleh. Disamping juga agar konsumen juga menyadari apa yang menjadi kewajiban.⁶ Apa yang tertuang dalam undang-undang tersebut secara eksplisit dan substansial sebenarnya sesuai yang diinginkan dalam etika bisnis Islam.

Menurut Yusuf Qardhawi, Etika Bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syari'ah.⁷

Islam melalui al-Qur'an dan hadits memberikan petunjuk fundamental bagi umatnya dalam bertingkah laku. Islam tidak melarang umatnya untuk memperjuangkan kehidupan duniawi, namun juga selalu mengingatkan umatnya untuk mencari bekal bagi kehidupan yang lebih kekal, yaitu kehidupan akhirat. Oleh karena itu, selain memotivasi umatnya untuk giat bekerja, Islam juga memberikan tuntunan nilai serta moral yang menjadi

⁶Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm. 113.

⁷Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hlm. 5.

pedoman bagi umatnya dalam bertindak dan berperilaku termasuk dalam aktifitas bisnisnya, yang semuanya telah diatur dalam etika bisnis Islam agar keseimbangan hidup dunia dan akhirat dapat tercapai.

Pada dasarnya pasar adalah ladang syariah, dan tujuan hidup seorang muslim yaitu *falah* (kesuksesan dunia dan akhirat) dengan implementasinya adalah *masalah* pada aktivitas *maqasid syariah*. Prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak juga harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional ataupun pasar modern yang melakukan transaksi jual beli. Konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syari'ah seperti keadilan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim tetapi juga non muslim. Dengan mengacu praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah serta para sahabatnya dan pada *maqasid syariah*. *Maqasid syariah* memiliki lima faktor, yaitu pencapaian agama, meningkatkan kualitas hidup, meningkatkan kualitas ilmu, meningkatkan kualitas keturunan dan meningkatkan kuantitas kekayaan. Nah, seorang muslim untuk mencapai *falah* dalam kehidupannya harus berusaha mencapai *maqasid syariah*.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Pasar merupakan area tempat jual beli barang

dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar Gede merupakan pasar terbesar di Kabupaten Cilacap. Menurut sumber data yang bisa saya ketahui dari pengelola, bahwa Pasar Gede merupakan pasar dengan rata-rata omset perhari mencapai tiga puluh lima juta rupiah.⁸

Pasar Gede merupakan pasar campuran antara modern dan tradisional. Modern karena di dalamnya ada mallnya yakni Borobudur Mall. Di Pasar Gede juga tersedia fasilitas-fasilitas umum antara lain 595 kios, 332 los, mushola 1 buah, MCK 6 buah, dan 1 buah supermarket. Jumlah pedagang yang beraktivitas di pasar ini pun lebih dari enam ratus orang. Jadi, tak heran jika pasar ini dijadikan objek wisata juga. Dengan komposisi pasar yang semacam itu, sangat menarik untuk dibicarakan.⁹

Fenomena yang terjadi pada masyarakat, baik di wilayah kota kabupaten atau kecamatan, para pedagang sering melakukan aksi nekat seiring dengan berjalannya persaingan bisnis di era modern saat ini, yakni dengan membanting harga setinggi-tingginya atau mengurangi timbangan agar mendapat keuntungan yang lebih. Maka dari uraian tersebut diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji judul **“Perilaku Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Jawa Tengah Perspektif Etika Bisnis Islam”**.

⁸Sumber Disperindangkop UMKM Kab. Cilacap.

⁹Sumber data pasar rakyat yang diperoleh dari Pemda Kab. Cilacap.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Pada umumnya sistem nilai, sebagai sebuah kebiasaan yang baik, diwariskan dalam bentuk aturan atau norma yang diharapkan menjadi pegangan setiap penganut agama tersebut. Dengan demikian, maka agama lalu dianggap sebagai sumber utama nilai moral dan etika. Selanjutnya etika juga dipahami sebagai ilmu yang berkenaan dengan ukuran baik dan buruk.¹⁰

Menurut Madjid Fakhri, etika (akhlak) adalah gambaran rasional mengenai hakikat dan dasar perbuatan keputusan yang benar, serta prinsip-prinsip yang menentukan klaim bahwa perbuatan dan keputusan tersebut secara moral diperintahkan atau dilarang.¹¹

Sedangkan kata bisnis yang terambil dari bahasa Inggris, *bussiness*, berarti urusan atau usaha.¹² Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, bisnis berarti usaha-usaha komersial di dunia perdagangan.¹³ Oleh karena itu, dalam pembahasan ini, yang dimaksudkan dengan bisnis adalah perdagangan atau jual beli.

Kasmir mendefinisikan pasar sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat

¹⁰Tibor R. Machan, *Introduction to Philosophical Inquiries*, (Boston: Allayn and Bacon Inc. Baston, 1977), hlm. 31.

¹¹Madjid Fakhri, *Etika dalam Islam*, Penerjemah Zakiyuddin Baidhawy (Yogyakarta: Pustaka Pelajar & UMS Surakarta, 1996), hlm. 12.

¹²John M. Echol dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Itaca: Cornell University press, 2000), hlm. 90.

¹³Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 138.

pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran.¹⁴ Pasar dengan landasan pengertian tersebut merupakan bagian yang menjadi fokus bahasan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan fokus pembahasan di atas, maka yang menjadi masalah utama dalam objek kajian penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman pedagang muslim pasar Gede Cilacap mengenai etika bisnis Islam?
2. Bagaimana perilaku pedagang muslim pasar Gede Cilacap perspektif etika bisnis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun untuk tujuan dan manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mendeskripsikan pemahaman pedagang muslim pasar Gede Cilacap mengenai etika bisnis Islam.
 - b. Untuk menganalisis perilaku pedagang muslim pasar Gede Cilacap perspektif etika bisnis Islam.
2. Manfaat Penelitian

Sedangkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain :

- a. Manfaat teoritis yaitu penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta informasi bagi semua pihak terutama masyarakat muslim dan juga sebagai evaluasi terhadap penerapan etika

¹⁴Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 156.

bisnis Islam sekaligus sebagai acuan dan masukan dalam membuat kebijakan yang akan datang.

- b. Manfaat praktis yaitu bagi peneliti dapat menambah wawasan teori dan praktek tentang etika bisnis Islam. Sedangkan manfaat praktis bagi pedagang dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran, bagi pihak lain hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam penelitian selanjutnya.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembaca memahami penelitian ini, pembahasan dilakukan secara sistematis ke dalam 5 (lima) bab. Sistematika pembahasan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, fokus pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II memuat tentang kajian penelitian terdahulu dan kerangka teori. tinjauan umum etika bisnis, meliputi sistem ekonomi kapitalis dan sistem ekonomi Islam. Dalam bab ini juga dikemukakan pandangan-pandangan intelektual mengenai perilaku, perilaku pedagang, bisnis, etika, dan etika bisnis.

Bab III menjelaskan tentang etika bisnis dalam Islam yang meliputi landasan etika bisnis Islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, fungsi serta peran etika Islam dalam bisnis, dan praktik bisnis yang melanggar etika (mal bisnis).

Bab IV mendeskripsikan perilaku pedagang muslim pasar Gede Cilacap ditinjau dari etika bisnis Islam. Bahasan ini meliputi, praktek bisnis pedagang muslim pasar Gede Cilacap yang sesuai dengan etika bisnis Islam, dan praktek bisnis pedagang muslim pasar Gede Cilacap yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Bab V Penutup diletakkan karena merupakan intisari dari jawaban yang menjadi kegelisahan diadakannya penelitian ini dan menjadi hasil akhir dari pernyataan yang diajukan pada bab I dan di kemukakan beberapa kesimpulan hasil analisis data dan beberapa saran.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB II

KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu

Melihat berbagai penelitian terdahulu yang pernah dilakukan, berkaitan dengan masalah etika bisnis terdapat beberapa penelitian yang terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Namun, demikian ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang penulis angkat. Perbedaan tersebut pada aspek teori tokoh, metode, dan objek penelitian.

Pertama. Penelitian disertasi yang dilakukan oleh Fuad Mas'ud, dengan judul *"Konsep Manajemen Bisnis Islam (Studi Prinsip-prinsip Manajemen Bisnis Islam dalam Al-Qur'an)"*¹⁵. Disertasi ini mengkaji konsep manajemen bisnis dari perspektif Islam, dan termasuk jenis penelitian kepustakaan. Temuan ini menunjukkan bahwa istilah dan konsep dalam ilmu manajemen bisnis tidak kosong dari keyakinan dan nilai yang mendasarinya. Oleh karena itu, istilah dan konsep yang ada dan telah dianggap baku seperti manajemen, bisnis, etika bisnis, hakekat manusia dan motivasi manusia perlu dikaji ulang dan didefinisikan kembali agar sesuai dengan pandangan hidup Islam. Al-Quran memberikan petunjuk yang dapat digunakan sebagai dasar membangun ilmu manajemen bisnis Islam. Paling tidak ada sembilan prinsip manajemen bisnis Islam yang digali dari al-Quran yaitu tauhid, ibadah, amanah dan tanggung jawab, hikmah, adil, ihsan, tolong menolong, *halaalan*

¹⁵Fuad Mas'ud, "Konsep Manajemen Bisnis Islam (Studi Prinsip-Prinsip Manajemen Bisnis Islam dalam Al-Qur'an)", *Disertasi Doktor*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015, hlm. 441.

thayyiban, dan musyawarah. Di samping itu, ada perbedaan antara konsep etika bisnis konvensional dan etika bisnis Islam, serta adanya perbedaan antara konsep hakekat manusia dan motivasi manusia dalam manajemen bisnis konvensional dengan konsep hakekat manusia serta motivasi manusia berdasarkan pandangan hidup Islam.

Kedua. Prosiding karya Surajiyo yang berjudul “Prinsip-prinsip Etika Berbisnis dalam Perspektif Filosofis”.¹⁶ Hasil dari penelitian dapat ditarik kesimpulan, bahwasannya etika profesi adalah sebagai cabang dari etika yang secara kritis dan sistematis merefleksikan permasalahan moral yang melekat pada suatu profesi. Prinsip umum Etika Bisnis selain tidak melupakan kekhasan sistem nilai dari setiap masyarakat bisnis, pelaku bisnis harus mempunyai prinsip otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan dan integritas moral. Untuk dapat menjamin profesional dalam bisnis, maka sebuah usaha bisnis hanya dapat lestari dan berkembang baik dalam jangka panjang apabila usaha itu berdasarkan saling kepercayaan, dan memperhatikan kepentingan semua pihak yang secara langsung atau tidak langsung dipengaruhi oleh adanya usaha bisnis termasuk bisnis di bidang teknologi informasi.

Ketiga. Prosiding Fitri Afrilia dkk. yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Operasional Perbankan Syariah”.¹⁷ Pembahasan yang

¹⁶Surajiyo, “Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Perspektif Filosofis”, *prosiding* disampaikan pada seminar nasional INDOCOMPAC Universitas Bakrie, diselenggarakan oleh Indocompac Universitas Bakrie, Jakarta, 2-3 Mei 2016, hlm. 18.

¹⁷Fitri Afrilia, “Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Operasional Perbankan Syariah”, disampaikan pada diskusi penelitian SPeSIA Prodi Ilmu Akuntansi Universitas Islam Bandung,

disampaikan mengenai implementasi etika bisnis Islam pada Bank Syariah yang ada di kota Bandung secara umum sudah sangat baik. Hanya saja karyawan Bank syariah yang ada di kota Bandung masih kurang sering mengerjakan sholat berjamaah. Dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwasannya implementasi etika bisnis Islam memiliki hubungan yang kuat dengan operasional perbankan syariah pada Bank Syariah. Artinya semakin baik implementasi etika bisnis Islam maka operasional perbankan syariah semakin sesuai. Hasilnya pengujian menunjukan bahwa implementasi etika bisnis Islam memberikan pengaruh besar terhadap praktek operasional perbankan syariah pada Bank Syariah yang ada di kota Bandung.

Keempat. Jurnal Penelitian Fitri Amalia dengan judul “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Bazar Madinah Depok”.¹⁸ Dalam penelitian ini disampaikan bahwa Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, maupun penipuan dan tindakan kezaliman lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam berbisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal baik dan buruk, yang halal dan yang haram. Etika bisnis Islam juga terapan pada para pedagang sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk

diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bandung, Gelombang I TA. 2014-2015, 2015, hlm. 117.

¹⁸Fitri Amalia, “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok”, *Jurnal Penelitian*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2008, hlm. 6.

mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT. atas apa yang diusahakan.

Kelima. Jurnal M. Hafidz dkk dengan judul penelitian “Etika Bisnis Al-Ghazali dan Adam Smith dalam Perspektif Ilmu Bisnis dan Ekonomi”.¹⁹ Etika bisnis yang dikonstruksi oleh al-Ghazali dan Smith dalam dataran praksis memang tidak jauh berbeda. Etika bisnis yang mereka bangun didasarkan pada nilai-nilai *humanity* yang bersifat universal. Dimana konstruksi etika bisnis al-Ghazali dibangun di atas prinsip-prinsip antara lain niat yang baik orientasi dunia dan akhirat, kejujuran, keseimbangan kepentingan pribadi dan sosial, dan *proper behaviour/ihsan*. Sedangkan konstruksi etika bisnis yang dibangun oleh Smith, didasarkan pada *fairness*, *altruisme*, *justice* dan *liberal* (kebebasan ekonomi). Etika bisnis baik yang diintrodusir oleh al-Ghazali maupun Smith, sangat relevan untuk dijadikan sebagai salah satu referensi pokok dalam etika bisnis modern. Relevansinya ini terindikasi dari nilai-nilai positif yang universal, yang memperkuat hakikat dan tujuan dalam berbisnis di era modern, yaitu memberikan keuntungan kepada semua pihak.

Keenam. Jurnal karya Nafis Irkhami yang membahas tentang “Internalisasi Etika Bisnis Islam: Perspektif Ekologi”.²⁰ Dalam penelitian ini disampaikan bahwasannya perlakuan terhadap lingkungan sangat terkait dengan *worldview* yang berkembang di masyarakat. Pandangan yang berkembang di dunia Barat adalah bahwa manusia merupakan ukuran dari

¹⁹A.M. M. Hafidz dkk, “Etika Bisnis Al-Ghazali dan Adam Smith dalam Perspektif Ilmu Bisnis dan Ekonomi”, *Jurnal Penelitian*, Pekalongan: STAIN Pekalongan, 2012, hlm. 30.

²⁰Nafis Irkhami, “Internalisasi Etika Bisnis Islam: Perspektif Ekologi”, *Jurnal Ulumuddin* No. 03 tahun X, Jan-Juni, 2007, hlm. 12.

segala sesuatu (antroposemtrisme). Dengan akalny, manusia dapat memperoleh pengetahuan rasional sehingga dapat menduduki martabat yang unik, yakni menjadi penguasa alam semesta. Bila ukuran itu diterjemahkan ke dalam ekonomi, maka yang terjadi adalah tuntutan penilaian dari kegiatan ekonomi. Paham inilah yang pada gilirannya tentu akan memberikan kontribusi negatif bagi pelestarian alam. Sehingga disampaikan juga jawaban dari kekacauan tersebut adalah perlunya menggeser pandangan yang bersifat antroposentris tersebut dengan paham yang menjadikan manusia sebagai bagian dari kosmologi. Islam memiliki landasan teologis etika lingkungan yang memandang alam sebagai media bagi manusia untuk mengabdikan kepada Allah.

Ketujuh. Jurnal penelitian Gustina pada tahun 2008 yang berjudul “Etika Bisnis: Suatu Kajian Nilai dan Moral dalam Bisnis”.²¹ Dalam penelitian ini sejarah mencatat, masyarakat yang akan bertahan adalah masyarakat yang bisa hidup berdampingan secara damai. Salah satu hal yang bisa mendamaikan ini adalah adanya nilai-nilai atau norma dan etika dalam masyarakat itu yang saling menguntungkan bagi semua pihak. Nah, demikian pula halnya dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan masyarakat, termasuk di dalamnya kegiatan berbisnis, harus dilandasi moral yang baik. Itu adalah inti dari penelitian tersebut.

Kedelapan. Jurnal penelitian Norvadewi pada tahun 2015 yang berjudul “Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan

²¹Gustina, “Etika Bisnis suatu Kajian Nilai dan Moral”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Padang: Politeknik Negeri Padang, Padang, 2008, hlm. 146.

Normatif)".²² Bahwasannya bisnis dengan segala macamnya terjadi dalam kehidupan manusia setiap hari secara luas. Banyaknya pelaku bisnis dan beragamnya motif dan orientasi bisnis serta semakin kompleksnya permasalahan bisnis, terkadang membuat pelaku bisnis terjebak untuk melakukan segala cara untuk mencapai tujuannya, apalagi jika tujuannya hanya untuk mencari laba dan keuntungan semata. Maka sering terjadi perbuatan negatif, yang akhirnya menjadi kebiasaan dalam perilaku bisnis. Jika demikian, maka tidak jarang bisnis diidentikkan dengan perbuatan yang kotor, karena terdapat perilaku bohong, khianat, ingkar janji, tipu menipu dan lain sebagainya. Sehingga dunia bisnis yang merupakan interaksi antara berbagai tipe manusia sangat berpotensi menjerumuskan para pelakunya ke dalam hal-hal yang diharamkan. Baik karena didesak oleh kebutuhan ekonomi, baik dilakukan secara sendiri atau bersekongkol dengan orang lain secara tidak sah atau karena ketatnya persaingan yang membuat dia melakukan hal-hal yang terlarang dalam agama.

Kesembilan. Jurnal penelitian yang ditulis oleh Fahadil yang berjudul "Etika Bisnis Al-Ghazali",²³ yang bahwasannya bisnis merupakan bentuk kegiatan ekonomis, yang di dalamnya terdapat beberapa kegiatan, seperti tukar-menukar, jual-beli, memproduksi-memasarkan, bekerja dan memperkerjakan, serta interaksi manusiawi lainnya, dengan tujuan keuntungan. Paham neoklasik mengajarkan dalam proses pencarian

²²Norvadewi, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Al-Tijary*, Samarinda: IAIN Samarinda, Samarinda, 2015, hlm. 44.

²³Fahadil Amin Hasan, "Etika Bisnis al-Ghazali", *Jurnal Penelitian Ekonomi Syariah*, Bandung: UIN Bandung, Bandung, 2014, hlm. 14.

keuntungan pada aktivitas bisnis, nilai etika tidak boleh diikutsertakan, karena keduanya berbeda. Namun dalam islam, kedua aspek tersebut terintegral pada satu titik yaitu untuk semata-mata sebagai proses pengabdian kepada sang pencipta. Dan ini adalah inti dari pemikiran al-Ghazali, bahwa etika dalam bisnis harus beriringan sata sama lainnya. Begitupun seorang Ghazali, yang berhak atas gelarnya *Hujjatul Islam* datang memberikan warna yang berbeda terhadap aktivitas ekonomi dan bisnis, sehingga menjadi kental akan sebuah kebaikan sebagai pancaran ruh syariat. Melalui karya fenomenalnya *Ihya Ulum al-Din* yang mengkaji dan menganalisis mendalam mengenai persoalan manusia, dengan menggunakan nalar syar'iiyyah, falsafiyyah, dan sufiahnya. Dan sampai saat ini pemikiran beliau tidak lekang oleh perkembangan zaman, segala bentuk teori dan rekomendasinya masih dapat diaplikasikan pada aktivitas bisnis masa kini.

Kesepuluh. Jurnal penelitian Ahmad Yusuf yang berjudul "Manajemen Laba dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam"²⁴, dalam penelitian disebutkan bahwasannya perilaku seorang manajer terhadap manajemen laba yang dilakukan dengan cara memanipulasi angka laba diatas kertas, hal tersebut belum sesuai dengan apa yang dituntunkan oleh ajaran agama Islam. Jika laporan keuangan tersebut dilaporkan apa adanya dan tidak menyimpang dari apa yang telah ditetapkan oleh aturan-aturan yang berlaku ataupun aturan ajaran agama Islam, manajemen laba tidak akan menuai kontroversi diantara beberapa pihak. Manajemen laba yang baik dapat dilakukan dengan cara

²⁴ Ahmad Yusuf Marzuki dan Ahmad Badarudin Latif, "Manajemen Laba dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, Jepara: STIENU Jepara, Jepara, 2010, hlm. 19-20.

manajemen operasi yang baik, misalnya manajemen produksi, manajemen keuangan dan investasi, manajemen pemasaran, atau manajemen bidang lainnya. Selanjutnya bahwa hukum dasar dari berbagai jenis muamalah adalah boleh sampai ditemukan dalil yang melarangnya.

Kesebelas. Jurnal karya Darmawati yang berjudul “Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”,²⁵ dalam penelitian tersebut disampaikan adanya temuan bahwa perilaku pedagang buah di Pasar Pagi Samarinda pada umumnya tidak memenuhi aturan yang diajarkan dalam etika bisnis Islam karena terdapat kecurangan dalam menggunakan timbangan sehingga merugikan konsumen di pasar tersebut.

Keduabelas. Jurnal penelitian karya Sri Nawatmi yang berjudul “Etika Bisnis dalam Perspektif Islam”,²⁶ yang membahas tentang bahwa Islam sebagai *way of life* tak bisa dipungkiri lagi karena Islam adalah ajaran yang lengkap dan universal. Aturannya jelas dan aplikatif. Tak ada satupun sisi kehidupan manusia yang tidak diatur dalam Islam, termasuk dalam dunia bisnis. Sayangnya banyak perusahaan yang belum menerapkan etika dalam bisnisnya, sehingga yang terjadi adalah persaingan yang tidak imbang antara pemodal kuat dengan pemodal lemah, ada banyak ketidakadilan, munculnya moral hazard, penyuapan dan lain-lain. Oleh karena itu perlu pengintegrasian etika ke dalam dunia bisnis. Apalagi banyak penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang positif antara etika bisnis dengan kinerja perusahaan.

²⁵Darmawati, “Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-buahan di Kota Samarinda)”, *Jurnal Penelitian Fenomena*, Samarinda: STAIN Samarinda, Samarinda, 2012, hlm.137.

²⁶Sri Nawatmi, “Etika Bisnis dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Fokus Ekonomi Vol. 9 No. 1*, Semarang: Universitas Stikubank, Semarang, 2010, hlm. 58.

Dengan demikian, penting bagi dunia bisnis khususnya yang mengakui Muhammad saw sebagai Nabinya, untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnisnya. Dalam Islam jug dikatakan bahwa siapapun yang ingin selamat dunia akherat maka ikutilah sunah Rasulullah saw. Apalagi fakta menunjukkan bahwa dengan etika bisnisnya yang Islami menjadikan Nabi sebagai pedagang yang sukses.

Ketigabelas. Jurnal peneliti karya Siti Nur Azizaturrohmah dan Imron Mawardi yang berjudul “Pemahaman Etika Berdagang pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi Kasus Pedagang Buah)”,²⁷ yang menjelaskan tentang bahwasannya secara umum para pedagang muslim Pasar Wonokromo sudah memahami etika berdagang Islami sesuai yang dikemukakan oleh Haidar Naqvi (1993:86-105) yaitu prinsip kesatuan (*tauhid*), prinsip kesetimbangan (keadilan), prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran. Wujud dari lima prinsip etika bisnis yang dikemukakan oleh Haidar Naqvi sesuai dengan pemahaman pedagang muslim Pasar Wonokromo. Selanjutnya prinsip kebenaran: bersikap ramah, sopan dan baik kepada pelanggan, dan berdagang dengan jujur.

Keempatbelas. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Chairiawaty, salah satu dosen tetap Universitas Islam, Bandung dengan judul “Branding Identity: Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam”, disini menunjukkan bahwa *Branding* sebagai strategi pemasaran pada umumnya bertujuan membentuk *image* sebuah produk atau layanan yang bisa mengesankan

²⁷Siti Azizaturrohmah dan Imron Mawardi, “Pemahaman Etika Berdagang pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi Kasus Pedagang Buah)”, *JESTT*, Surabaya: Universitas Airlangga, Surabaya, 2014, hlm. 285-286.

masyarakat. Iklan sebagai sebuah branding memang dianggap menjadi sebuah alat yang paling efektif dan efisien dalam mempromosikan produk atau layanan kepada masyarakat. Oleh karena itulah, agar iklan menjadi sebuah media yang efektif dan efisien untuk memberikan pendidikan kepada masyarakat, maka perkataan atau pesan yang akan diiklankan harus mengandung nilai kebenaran, kejujuran, tegas, keikhlasan, kepastian, dan kekonsistenan dengan tidak meninggalkan kehalusan kata-kata yang hendak disampaikan, dalam arti bahwa kata-kata yang akan diiklankan tidak menyinggung seseorang, atau sebuah kaum atau kelompok tertentu (Qawlan Sadidan, Qawlan Baligho; Qawlan Karieman, dan Qawlan Layyinan). Inilah etika iklan politik menurut Islam.²⁸

Kelimabelas. Penelitian yang dilakukan Roni Mohammad dan Mustofa yang berjudul “Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo”. Penelitian ini mengkaji pengaruh tingkat pemahaman agama terhadap perilaku dagang/bisnis pedagang. Bahwa tingkat pemahaman agama yang terdiri dari Iman, Islam, dan Ihsan pedagang pasar minggu Telaga tergolong tinggi. Berdasarkan hasil analisis uji parsial tentang tingkat pemahaman agama tentang . Iman dan Ihsan berpengaruh signifikan terhadap perilaku dagang/bisnis pedagang pasar minggu telaga kabupaten gorontalo dan tingkat pemahaman agama tentang Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku bisnis pedagang pasar minggu Telaga. Sedangkan tingkat pemahaman

²⁸Chairiawaty, “Branding Identity: Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 2, bulan Oktober, Bandung: Universitas Islam Bandung, Bandung, 2012, hlm. 151.

agama secara bersama-sama yang terdiri dari Iman, Islam dan Ihsan berpengaruh signifikan terhadap perilaku dagang/bisnis pedagang pasar minggu Telaga Kabupaten Gorontalo.²⁹

Keenambelas. Penelitian yang dilakukan oleh Fitri Amalia tahun 2013, mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah fakultas Ekonomi Bisnis yang berjudul, “Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil.” Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana konsep dan penerapan etika bisnis Islam bagi pelaku usaha kecil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konsep etika bisnis Islam serta bagaimana implementasinya bagi para pelaku usaha kecil. Penelitian yang dilakukan berupa analisis deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa Kampoeng Kreati, Bazar Madinah dan Usaha Kecil di Lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun karyawannya. Dalam menjalankan usaha dan kegiatan, para pelaku usaha telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam dengan berlandaskan pada Al Quran dan Hadis. Implementasi etika bisnis Islam ini meliputi empat aspek: prinsip, manajemen, marketing/iklan dan produk/harga.³⁰

Ketujuhbelas. Jurnal penelitian yang dilakukan oleh Susanto yang berjudul “Etika Bisnis dalam Islam”,³¹ yang menjelaskan tentang Islam tidak

²⁹Roni Mohammad dan Mustofa, “Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo”, *Jurnal Al-Mizan*, Vol. 10, No. 1, bulan Juni, Gorontalo: IAIN Gorontalo, Gorontalo, 2014, hlm. 13.

³⁰Fitri Amalia, “Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil”, *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. VI, No. 1, bulan Januari, Jakarta: UIN Syarif Hidayatulloh Jakarta, Jakarta, 2014, hlm. 134.

³¹Susanto, “Etika Bisnis dalam Islam”, *Jurnal Solusi*, Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Semarang, Semarang, 2012, hlm. 23-33.

membenarkan adanya kepemilikan individual yang mengakibatkan mereka menguasai kekayaan. Islam juga tidak membenarkan kepemilikan bersama, karena ini bertentangan dengan prinsip keadilan, orang yang bekerja keras lebih berhak membelanjakan kakayaan baik untuk dirinya sendiri ataupun orang lain. Bagi mereka yang malas bekerja tidak akan mempunyai hak yang penuh atas harta benda orang lain. Dan Islam menawarkan etika bisnis yang berkeadilan dengan berlandaskan pada keteladanan rasulullah SAW.

Adapun penelitian yang dimaksud dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Rencana Penelitian

No	Nama Penulis, Tahun, dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	
			Penelitian Terdahulu	Penelitian Penulis
1.	Disertasi Fuad Mas'ud, judul <i>Konsep Manajemen Bisnis Islam (Studi Prinsip-prinsip Manajemen Bisnis Islam dalam Al-Qur'an)</i> .	Ditemukan paling tidak ada sembilan prinsip manajemen bisnis Islam yang digali dari al-Quran yaitu tauhid, ibadah, amanah dan tanggung jawab, hikmah, adil, ihsan, tolong menolong, <i>halaalan thayyiban</i> , dan musyawarah.	Konsep manajemen bisnis dari perspektif Islam, dengan jenis penelitian kepustakaan.	Konsep perilaku bisnis dalam perspektif Islam dengan jenis penelitian lapangan.
2.	Prosiding Surajiyo, tahun 2016, judul <i>Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam</i>	Dalam berbisnis dapat dijamin keprofesionalannya maka sebuah usaha bisnis hanya dapat lestari dan	Merupakan penelitian pustaka dimana menitikberatkan pada prinsip etika bisnis	Merupakan penelitian lapangan dan menggunakan konsep etika bisnis Rafik Issa

	<i>Perspektif Filosofis</i>	berkembang baik dalam jangka panjang apabila usaha itu berdasarkan saling kepercayaan dan memperhatikan kepentingan semua pihak dan diberbagai bidang bisnis.	Sonny Keraf.	beekun.
3.	Prosiding Fitri Afrilia, Sri Fadilah, Kania Nurcholisah, tahun 2015, judul <i>Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap operasional Perbankan Syariah</i>	Implementasi etika bisnis Islam berpengaruh terhadap praktek perbankan syariah yang ada di kota Bandung.	Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknis analisis data menggunakan metode kuantitatif. Dan objek penelitian di sini adalah bank syariah di kota Bandung.	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan objek penelitian pedagang muslim pasar Gede Cilacap.
4.	Jurnal Fitri Amalia, judul <i>Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Bazar Madinah Depok</i>	Pasar Madinah adalah contoh konsep pasar pada zaman nabi Muhammad saw. dan merupakan jenis pasar yang menjalankan kegiatan perdagangan berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah.	Menggunakan penelitian studi kasus dan metode survei. Mengeksplor etika bisnis secara umum yang ada pada al Qur'an.	Penelitian lapangan dengan mengkhususkan pada teori Rafik.
5.	Jurnal M. Hafidz,	Hasil penelitian menunjukan bahwa	Merupakan penelitian	Merupakan penelitian

	<p>Sam'ani Sya'roni, Marlina, tahun 2012, judul <i>Etika Bisnis Al-Ghazali dan Adam Smith dalam Perspektif Ilmu Bisnis dan Ekonomi</i></p>	<p>diantara keduanya dalam dataran praktis tidak jauh berbeda. Etika bisnis yang mereka bangun didasarkan pada nilai-nilai humanity yang bersifat universal. Konstruksi etika bisnis al-Ghazali dibangun di atas prinsip-prinsip antara lain niat yang baik orientasi dunia dan akhirat, kejujuran, keseimbangan kepentingan pribadi dan sosial, dan <i>proper behavior/ihsan</i>. Sedangkan Smith didasarkan pada fairness, altruisme, justice, dan liberal (kebebasan ekonomi)</p>	<p>pustaka dan metode yang digunakan adalah analisis isi dan mengeksplor relevansi etika bisnis antara kedua tokoh tersebut dengan dunia bisnis dan ekonomi modern.</p>	<p>lapangan dan menggunakan metode penelitian deskriptif. Serta mendeskripsikan pemahaman pedagang muslim perspektif etika bisnis Islam Rafik.</p>
6.	<p>Jurnal Nafis Irkhami, tahun 2007, judul <i>Internalisasi Etika Bisnis Islam: Perspektif Ekologi</i></p>	<p>Dalam hal ini, manusia dapat memperoleh pengetahuan rasional sehingga dapat menduduki martabat yang unik, yakni menjadi penguasa alam semesta. Bila ukuran itu diterjemahkan ke</p>	<p>Merupakan penelitian pustaka dimana penelitian menitikberatkan pada menganalisis relevansi keimanan untuk wawasan lingkungan demi usaha mencapai</p>	<p>Merupakan penelitian lapangan dan menitikberatkan pada pendekatan normatif sosiologis sehingga dapat diketahui potret pemahaman pedagang muslim</p>

		<p>dalam ekonomi, maka yang terjadi adalah tuntutan pemisahan nilai dari kegiatan ekonomi dan akan memberikan kontribusi negatif bagi pelestarian alam. Perlu adanya menggeser pandangan yang bersifat antroposentris tersebut dengan paham yang menjadikan manusia sebagai bagian dari kosmologi. Nah, di sini Islam memiliki landasan teologis etika lingkungan yang memandang alam sebagai media bagi manusia untuk mengabdikan kepada Allah.</p>	<p>kualitas hidup yang lebih tinggi.</p>	<p>mengenai etika bisnis Islam.</p>
7.	<p>Jurnal Gustina, tahun 2008, judul <i>Etika Bisnis: Suatu Kajian Nilai dan Moral dalam Bisnis</i></p>	<p>Adanya anggapan bahwa kegiatan bisnis itu kotor, mengandung tipu muslihat, selalu bopihak pada yang kuat akan berangsur-angsur hilang seiring dengan dilakukannya etika</p>	<p>Merupakan penelitian pustaka dengan menitikberatkan pada gambaran umum tentang peranan etika bisnis pada realitas bisnis saat ini.</p>	<p>Merupakan penelitian lapangan dengan objek penelitian adalah pasar Gede Cilacap ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam Rafik Issa Beekun.</p>

		<p>bisnis yang benar oleh pelaku bisnis, artinya keberlangsungan kegiatan bisnis itu bergantung pada cara penerapan etika bisnis oleh pelaku bisnis. Sehingga tidak terjadi kecurangan-kecurangan dalam kegiatan tersebut.</p>		
8.	<p>Jurnal Norvadewi, tahun 2015, judul <i>Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)</i></p>	<p>Kegiatan bisnis dalam Islam, tidak boleh dilaksanakan tanpa aturan. Islam memberikan rambu-rambu pedoman dalam melakukan kegiatan usaha, mengingat banyaknya manusia yang tergelincir dalam perkara bisnis ini. Oleh karena itu, seorang Muslim yang akan menjadi pelaku bisnis harus memahami hukum-hukum dan aturan Islam yang mengatur tentang muamalah. Sehingga ia bisa memilih yang halal dari yang haram, atau bahkan</p>	<p>Merupakan penelitian pustaka yang menitikberatkan bahwa seorang Muslim harus memahami mana bisnis yang halal dan mana bisnis yang haram agar tidak terjerumus pada hal yang tidak etis karena terdesak kebutuhan ekonomi.</p>	<p>Merupakan penelitian lapangan yang menitikberatkan pada pemahaman pedagang muslim di pasar Gede Cilacap sehingga tercermin pedagang muslim yang paham mengenai etika bisnis Islam dan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam Rafik Issa Beekun.</p>

		bersifat samar-samar (syubhat).		
9.	Jurnal Fahadil Amin Hasan, tahun 2014, judul <i>Etika Bisnis Al-Ghazali</i>	Inti dari pemikiran al-Ghazali adalah bahwa paham neo-klasik mengajarkan dalam proses pencarian keuntungan pada aktivitas bisnis, nilai etika tidak boleh diikutsertakan, karena keduanya berbeda. Namun dalam Islam, kedua aspek tersebut terintegral pada satu titik yaitu untuk semata-mata sebagai proses pengabdian kepada sang pencipta.	Merupakan penelitin pustaka dan menitikberatkan pada kajian teori al-Ghazali melalui karya fenomenalnya yakni <i>Ihya Ulum al-Din</i> .	Merupakan penelitian lapangan dengan menitikberatkan pada teori etika bisnis perspektif Rafik Issa Beekun.
10.	Jurnal Ahmad Yusuf Marzuki dan Achmad Badarudin Latif, tahun 2010, judul <i>Manajemen Laba dalam Tinjauan Erika Bisnis Islam</i>	Manajer maupun akuntan harus memiliki akhlaq/sifat jujur, menepati amanah, dan jujur dalam melaporkan hasil dari laporan keuangan kepada para penggunanya.	Menggunakan metode telaah referensi deskriptif/literatur. Dan tidak fokus pada teori salah satu tokoh.	Menggunakan metode penelitian lapangan dan fokus pada teori tokoh tertentu.
11.	Jurnal Darmawati, tahun 2012, judul <i>Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki</i>	Perilaku pedagang buah di Pasar Pagi Samarinda pada umumnya tidak memenuhi aturan yang diajarkan dalam etika bisnis	Menggunakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif dan fokus pada objek pedagang	Menggunakan metode penelitian lapangan dengan objek berbagai macam pedagang di

	<i>Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam</i>	Islam.	kaki lima di Pasar Pagi Samarinda.	Pasar Gede Cilacap
12.	Jurnal Sri Nawatmi, tahun 2010, judul <i>Etika Bisnis dalam Perspektif Islam</i>	Ada hubungan yang positif antara etika bisnis dengan kinerja perusahaan sehingga perlu pengintegrasian etika ke dalam dunia bisnis dan menerapkan nilai-nilai Islam dalam bisnisnya.	Menggunakan metode penelitan pustaka dan eksplor teori dari al-Ghazali.	Penelitian lapangan dan menggunakan teori Rafik.
13.	Jurnal Siti Nur Azizaturrohmah dan Imron Mawardi, tahun 2014, judul <i>Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi Kasus Pedagang Buah)</i> .	Secara umum para pedagang muslim Pasar Wonokromo sudah memahami etika berdagang Islami sesuai yang dikemukakan oleh Haidar Naqvi yaitu prinsip kesatuan (<i>tauhid</i>), prinsip kesetimbangan (<i>keadilan</i>), prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran. Wujud dari lima prinsip etika bisnis yang dikemukakan oleh Haidar Naqvi sesuai dengan pemahaman pedagang muslim Pasar Wonokromo.	Menitik beratkan pada pemahaman para pedagang tentang etika dalam berdagang, khususnya pedagang buah di pasar Wonokromo.	Menitik beratkan pada etika bisnis Islam pada pedagang, tidak dikhususkan pada pedagang sayur atau buah saja, tapi pada pedagang di pasar Gede Cilacap.
14.	Jurnal Chairiawaty,	Bahwasannya <i>Branding</i> sebagai	Menitik beratkan pada	Tidak hanya menitik beratkan

	tahun 2014, judul <i>Branding Identity: Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam</i> .	strategi pemasaran pada umumnya bertujuan membentuk <i>image</i> sebuah produk atau layanan yang bisa mengesankan masyarakat. dan iklan itu harus mengandung unsur etika bisnis Islam.	iklan sebagai alat untuk memasarkan sesuatu yang berlandaskan pada etika bisnis Islam.	pada cara memasarkannya saja, tapi pedagang di pasar Gede segala sesuatunya harus berlandaskan pada etika bisnis Islam.
15.	Jurnal Roni Mohammad dan Mustofa, tahun 2014, judul <i>Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo</i> .	Bahwasannya tingkat pemahaman agama yang terdiri dari Iman, Islam, dan Ihsan pedagang pasar minggu Telaga tergolong tinggi, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku bisnis pedagang pasar minggu Telaga.	Menitik beratkan tentang pemahaman agama pada perilaku bisnisnya, apakah tingkat Iman, Islam, dan Ihsannya berpengaruh pada perilaku dalam berdagang atau tidak.	Menitik beratkan pada perilaku pedagangnya perspektif etika bisnis Islam.
16.	Jurnal Fitri Amalia, tahun 2013, judul <i>Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil</i> .	Bahwasannya Kampoenng Kreati, Bazar Madinah dan Usaha Kecil di Lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan etika bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun karyawannya.	Menitik beratkan pada konsep etika bisnis Islam dan juga implementasinya pada pelaku bisnis usaha kecil.	Menitik beratkan pada perilaku pedagang pasar Gede dalam perspektif etika bisnis Islam.
17.	Jurnal Solusi oleh Susanto, judul <i>Etika</i>	Penulis mengeksplorasi keadaan dunia	Menitik beratkan pada pentingnya etika	Menitik beratkan pada perilaku

	<i>Bisnis dalam Islam.</i>	bisnis yang tidak beretika. Sehingga penulis memandang bahwa etika bisnis dalam Islam diperlukan untuk menciptakan bisnis yang tidak hanya mencari keuntungan semata.	dalam dunia bisnis, dan tidak spesifik seperti penelitian yang akan dilakukan.	pedagang pasarnya atau pada perilaku bisnisnya pespektif etika bisnis Islam.
--	----------------------------	---	--	--

B. Kerangka Teori

1. Pengertian Perilaku Pedagang Muslim

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.³²

Salah satu aspek yang sangat penting guna memahami sikap dan perilaku manusia adalah masalah pengungkapan (*assessment*) atau pengukuran (*measurement*) sikap. Bahwasannya sikap merupakan respons evaluatif yang dapat berbentuk positif maupun negatif. Hal ini

³²Zakiyah dan Bintang Wirawan, "Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)", Jurnal Sociologie, Vol. 1, No. 4, hlm. 331.

berarti bahwa dalam sikap terkandung adanya preferensi atau rasa suka-tak suka terhadap sesuatu sebagai objek sikap.³³

Berikut ini adalah uraian mengenai metode pengukuran sikap yang secara historik dilakukan orang:³⁴

a. Observasi Perilaku

Jika seseorang menampilkan perilaku yang konsisten (berulang), misalnya tidak pernah mau diajak nonton film Indonesia, bukankah kita boleh berkesimpulan bahwa ia tidak menyukai film Indonesia? Orang lain selalu memakai baju berwarna putih, bukankah memperlihatkan sikapnya terhadap warna putih?.

Oleh karena itu sangat masuk akal tampaknya apabila sikap ditafsirkan dari bentuk perilaku yang tampak. Dengan kata lain, untuk mengetahui sikap seseorang terhadap sesuatu kita dapat memperhatikan perilakunya, sebab perilaku merupakan salah satu indikator sikap individu.

Sesuai dengan postulat konsistensi³⁵ perilaku ternyata menjadi indikator yang baik bagi sikap hanya apabila sikap berada dalam posisi ekstrim. Pada umumnya konsistensi antara sikap dan perilaku lebih mengikuti postulat konsistensi tergantung, yang mengatakan

³³Saifuddin Azwar, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya edisi ke 2*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hlm. 87.

³⁴*Ibid.*, hlm. 90-93.

³⁵Postulat konsistensi mengatakan bahwa sikap verbal merupakan petunjuk yang cukup akurat untuk memprediksikan apa yang dilakukan seseorang bila ia dihadapkan pada suatu objek sikap ekstrim, lihat *Sikap Manusia* halaman 16.

bahwa perilaku hanya akan konsisten dengan sikap apabila kondisi dan situasi memungkinkan.

Perilaku tertentu kadang-kadang sengaja ditampakkan untuk menyembunyikan sikap yang sebenarnya. Dengan demikian, perilaku yang kita amati mungkin saja dapat menjadi indikator sikap dalam konteks situasional tertentu akan tetapi interpretasi sikap harus sangat berhati-hati apabila hanya didasarkan dari pengamatan terhadap perilaku yang ditampakkan oleh seseorang.

b. Penanyaan Langsung

Jika kita ingin tahu apakah seseorang itu memiliki sikap yang favorabel terhadap film kartun, maka tanyakan langsung padanya. Asumsi yang mendasari metode penanyaan langsung guna pengungkapan sikap pertama adalah asumsi bahwa individu merupakan orang yang paling tahu mengenai dirinya sendiri dan kedua adalah asumsi keterusterangan bahwa manusia akan mengemukakan secara terbuka apa yang dirasakannya. Oleh karena itu, dalam metode ini jawaban yang diberikan oleh mereka yang ditanyai dijadikan indikator sikap mereka.

Telaah yang lebih mendalam dan hasil-hasil penelitian telah meruntuhkan asumsi-asumsi tersebut di atas, ternyata orang yang akan mengemukakan pendapat dan jawaban yang sebenarnya secara

terbuka hanya apabila situasi dan kondisi memungkinkan. Artinya, apabila situasi dan kondisi memungkinkannya untuk mengatakan hal yang sebenarnya tanpa rasa takut terhadap konsekuensi langsung maupun tidak langsung yang dapat terjadi. Dalam situasi tanpa tekanan dan bebas dari rasa takut, serta tidak terlihat adanya keuntungan untuk berkata lain, barulah individu cenderung memberikan jawaban yang sebenarnya sesuai apa yang dirasakannya.

Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.³⁶

³⁶Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim* (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten), (Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 1 No.1 Januari- Juni 2014), hlm. 13.

Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebijakan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep *falah* yang terdapat dalam Al Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai *falah*, aktifitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral. Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral.³⁷

Yusuf Qardawi, dalam bukunya norma dan etika ekonomi Islam secara tegas telah memisahkan antara nilai-nilai dan perilaku dalam perdagangan. Di antara norma-norma atau nilai-nilai syariah itu adalah sebagai berikut:³⁸

- 1) Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan. Perilaku yang muncul dari memahami nilai ini adalah larangan mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan, atau cara apa saja untuk memudahkan peredarannya.
- 2) Bersikap benar, amanah, dan jujur. Perilaku yang dimaksud benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah bagian dari pada sikap

³⁷Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1996), hlm. 5.

³⁸Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta : Gema Insani Press, 1997), hlm. 173.

munafik. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga atau upah. Jujur, selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

- 3) Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga. Perilaku dari nilai ini diantaranya adalah tidak melakukan *bai'y gharar* (jual beli yang mengandung ketidakjelasan), tidak bertransaksi dengan lembaga riba, menyempurnakan timbangan dan takaran, tidak melakukan penimbunan barang dengan tujuan mempermainkan harga, bersegera dalam membayar hutang kalau sudah tiba waktunya, melakukan pencatatan terhadap semua transaksi usaha, dan membayar gaji karyawan tepat waktu.
- 4) Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli. Kasih sayang dijadikan Allah lambang dari risalah Muhammad SAW. Islam ingin menegakkan dibawah naungan norma pasar. Kemanusiaan yang besar menghormati yang kecil, yang kuat membantu yang lemah, yang bodoh belajar dari yang pintar, dan

manusia menentang kezaliman. Oleh sebab itu, Islam mengharamkan monopoli, satu unsur yang berlaku dalam paham kapitalis disamping riba. Yang dimaksud monopoli ialah menahan barang dari perputaran di pasar sehingga harganya naik. Di antara perilaku yang berhubungan dengan nilai ini adalah tidak menggusur pedagang lain, tidak monopoli, dan tidak menjelek-jelekkan bisnis orang lain.

- 5) Menegakkan toleransi dan persaudaraan. Salah satu moral terpuji ialah sikap toleran dan menjauhkan faktor eksploitasi. Tindakan eksploitasi banyak mewarnai dunia perdagangan, terutama perdagangan yang berada dibawah naungan kapitalis. Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak-hak orang lain demi terpeliharanya persaudaraan. Jika individu dalam sistem kapitalis tidak mengindahkan hal-hal yang berkaitandengan etika seperti tidak mengindahkan perasaan orang lain, tidak mengenal akhlak dalam bidang ekonomi, dan hanya mengejar keuntungan, maka sebaliknya, Islam sangat memperhatikannya. Islam menganjurkan kepada pedagang agar mereka bersedekah semampunya untuk membersihkan pergaulan mereka dari tipu daya, sumpah palsu, dan kebohongan.
- 6) Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat. Bekal Pedagang Menuju Akherat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan ialah, meskipun seorang muslim telah

meraih keuntungan jutaan dolar lewat perdagangan dan transaksi, ia tidak lupa kepada Tuhannya. Ia tidak lupa menegakkan syariat agama, terutama shalat yang merupakan hubungan abadi antara manusia dan Tuhannya. Perilaku yang berhubungan dengan nilai ini diantaranya adalah tidak bertransaksi pada waktu shalat jumat, tidak meninggalkan shalat/tidak melalaikan diri dari ibadah, niat yang lurus, selalu ingat kepada Allah dalam berdagang, mengukur waktu berdagang dan puas dengan keuntungan yang diperoleh, menghindari syubhat, dan membayarkan zakat.

2. Teori Pemahaman

Pemahaman menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti proses, cara, perbuatan memahami, atau memahamkan.³⁹ Sedangkan dalam taksonomi Bloom, “kesanggupan memahami setingkat lebih tinggi dari pada pengetahuan. Namun, tidaklah berarti bahwa pengetahuan tidak dipertanyakan sebab untuk memahami, perlu terlebih dahulu mengetahui atau mengenal”.⁴⁰

Pemahaman menurut Anas Sudijono adalah “kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi. Pemahaman

³⁹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 811.

⁴⁰Nana Sudjana, *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 24.

merupakan jenjang kemampuan berpikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan”.⁴¹

Dari beberapa definisi tersebut, indikator pemahaman pada dasarnya sama, yaitu dengan memahami sesuatu berarti seseorang dapat mempertahankan, membedakan, menduga, menerangkan, menafsirkan, memperkirakan, menentukan, memperluas, menyimpulkan, memberi contoh, menulis kembali, mengklasifikasikan dan mengikhtisarkan. Indikator tersebut menunjukkan bahwa pemahaman mengandung makna lebih luas atau lebih dalam dari pengetahuan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa pemahaman etika bisnis Islam berarti sebuah proses memahami atau memahami tentang etika berbisnis dalam Islam atau kemampuan untuk memaknai hal-hal yang terkandung dalam suatu teori maupun konsep-konsep etika bisnis Islam.

Pemahaman merupakan salah satu aspek kognitif (pengetahuan). Penelitian terhadap aspek pengetahuan dapat dilakukan melalui tes lisan dan tes tulisan. Teknik penilaian aspek pemahaman caranya dengan mengajukan pertanyaan yang benar dan keliru, dan urutan, dengan pertanyaan berbentuk essay, yang menghendaki uraian rumusan dengan kata dan contoh-contoh.⁴² Dalam penelitian ini untuk mengetahui pemahaman pedagang terhadap etika bisnis Islam, maka diperlukan

⁴¹Anas Sudiyono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 50.

⁴²Oemar Hamalik, *Psikologi Belajar Mengajar*, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2002), hlm. 209.

adanya penyusunan item tes pemahaman dengan kriteria sangat paham, paham, dan tidak paham. Skala yang berasal dari ide yang dikemukakan oleh Likert⁴³ dan dikenal dengan skala Likert ini biasanya menggunakan lima tingkatan. Dan peneliti dapat membuat variabel dengan menyingkat menjadi tiga tingkatan. Pemilihan alternatif ini sesuai dengan kepentingan penelitian ini.

3. Etika Bisnis Islam

Secara etimologi (bahasa) “etika “ berasal dari kata bahasa Yunani *ethos* . Dalam bentuk tunggal, “*ethos*” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak.⁴⁴ Dalam al-Quran etika berasal dari kata *khuluq* yang berarti kebiasaan atau perangai.⁴⁵

Etika menurut terminologi merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Di sini etika dimaknai sebagai dasar

⁴³Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), hlm. 107.

⁴⁴Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), Cet .1, hlm.173.

⁴⁵Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004), hlm. 38.

moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.⁴⁶

Menurut Rafik Issa Beekun dalam bukunya *Etika Bisnis Islam*, etika didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan mana yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan oleh seorang individu.⁴⁷

a. Sistem Etika Islam⁴⁸

Sistem etika Islam berbeda dari sistem etika sekuler dan dari ajaran moral yang diyakini oleh agama-agama lain. Sepanjang rentang sejarah peradaban, model-model sekuler ini mengasumsikan ajaran moral yang bersifat sementara dan berubah-ubah karena didasarkan pada nilai-nilai yang diyakini para pencetusnya, misalnya *Epicurianisme* atau ajaran tentang kebahagiaan demi kebahagiaan semata. Model-model ini membangun sebuah sistem etika yang terpisah dari agama. Pada saat yang sama, ajaran moral yang diyakini oleh sejumlah agama lain seringkali terlampaui menekankan nilai-nilai yang mengabaikan keberadaan kita di dunia ini. Sebagai contoh, ajaran Kristen yang terlampaui menekankan kedudukan biara telah mendorong pengikutnya untuk menyingkir dari hiruk-pikuk dan kesibukan kehidupan sehari-hari. Sebaliknya, ajaran Islam yang

⁴⁶Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), hlm.

4.

⁴⁷Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 3.

⁴⁸*Ibid*, hlm. 15-16.

melekat dalam sistem etika islam menekankan hubungan antara manusia dengan Sang Pencipta. Karena Allah Maha Sempurna dan Maha Mengetahui, kaum Muslim memiliki ajaran moral yang tidak terikat waktu dan tidak dipengaruhi oleh perilaku manusia. Ajaran etika Islam dapat diterapkan sampaikapanpun karena Sang Pencipta berada lebih dekat dari urat leher manusia, dan memiliki pengetahuan yang sempurna dan abadi. Untuk menjelaskan ajaran moral Islam, kita sekarang akan membandingkan berbagai pilihan sistem etika dengan sistem etika Islam.

b. Pilihan Sistem Etika⁴⁹

Pandangan etika kontemporer berbeda dari sistem etika Islam dalam banyak hal. Terdapat enam sistem etika yang saat ini mendominasi.

1) Relativisme

Relativisme menekankan bahwa tidak ada kriteria tunggal, universal, yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu tindakan disebut etis atau tidak. Setiap orang mempergunakan kriterianya masing-masing, dan kriteria ini mungkin sekali berbeda dari satu kebudayaan ke kebudayaan yang lain. Akibatnya, karakter etis dalam nilai-nilai dan perilaku sosial yang berbeda harus dilihat dalam konteks

⁴⁹*Ibid.*, hlm. 16-30.

budaya secara khusus. Karenanya, aktivitas bisnis di negara lain terikat oleh norma dan nilai-nilainya tersendiri.

Sejumlah persoalan mengikuti sistem etika ini.

Pertama, paham relativisme bersifat terpusat-pada diri sendiri; paham ini hanya menfokuskan perhatian semata-mata pada individu dan mengabaikan interaksi dengan ataupun masukan dari unsur luar. Pendekatan ini mengambil jalan yang berlawanan dengan Islam. Islam menekankan bahwa perilaku dan nilai-nilai etis seorang individu harus didasarkan pada kriteria-kriteria yang dinyatakan dalam Qur'an dan Sunnah Rasul. *Kedua*, relativisme mengimplikasikan sikap pemalas secara inheren dalam diri si pembuat keputusan; ia barangkali akan membenarkan perilakunya sekedar dengan merujuk kriteria yang merujuk Islam, sebaliknya, menghindarkan diri dari pembuatan keputusan-keputusan yang didasarkan semata-mata pada persepsi seseorang terhadap suatu situasi. Prinsip berkonsultasi atau *shura* dengan orang lain adalah sebuah aspek intrinsik dalam proses pembuatan keputusan bisnis Muslim. Egoisme tidak mendapat tempat dalam Islam.

2) Utilitarianisme

Mulai dari Cicero sampai Jeremy Bentham dan J.S. Mill, pendekatan utilitarian terhadap etika telah berusia hampir dua milenium. Pendekatan ini menyatakan bahwa “Apa

penting moralitas yang menuntun seseorang dapat ditentukan hanya berdasarkan konsekuensi perilakunya". Suatu tindakan disebut etis jika memberikan hasil yang berupa keuntungan atau "kebaikan" terbesar bagi sebagian besar orang. Karenanya, pandangan utilitarian sangat berorientasi hasil.

Permasalahan yang dihadapi sistem etika ini cukup banyak. *Pertama*, siapakah yang menentukan apa yang "baik" bagi sebagian besar orang? Apakah itu kekayaan, kesenangan, atau kesehatan? *Kedua*, bagaimana dengan kaum minoritas? Jika sebagian besar orang di Amerika memutuskan bahwa doktrin percintaan bebas dibenarkan dinegara tersebut, siapakah yang akan melindungi kepentingan kaum minoritas yang masih percaya kepada paham *matrimoni* dan hubungan monogami seperti yang diperintahkan Allah SWT? *Ketiga*, bagaimana kerugian dan keuntungan bisa dinilai ketika muncul persoalan yang tidak bisa diukur secara kuantitatif, seperti misalnya kesehatan? *Keempat*, hak dan kewajiban individu diabaikan demi kepentingan hak dan kewajiban kolektif. Hal ini bertentangan dengan Islam, karena keduanya, hak individu dan kolektif sama-sama penting. Lebih jauh, seorang Muslim tidak dapat menyalahkan umat karena kesalahannya pribadi; setiap orang harus bertanggungjawab atas tindakannya sebagai

individu. Sebagaimana firman Allah SWT. dalam surat An Nahl ayat 111:

﴿يَوْمَ تَأْتِي كُلُّ نَفْسٍ تُجَادِلُ عَنْ نَفْسِهَا وَتُوَفَّى كُلُّ نَفْسٍ مَّا عَمِلَتْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ﴾⁵⁰

*Artinya: Pada suatu hari setiap jiwa akan bergelut untuk dirinya sendiri dan setiap jiwa akan ditimbang (sepenuhnya) untuk semua tindakannya dan tidak ada yang diperlakukan secara tidak adil.*⁵⁰

Akhirnya, pandangan utilitarian menetapkan hakikat etis tindakan dapat dengan mudah berubah kearah sebaliknya. Bahaya ini dapat dengan mudah dilihat dalam pendekatan mikroekonomi etika bisnis Barat yang paling mendasar.

Paham mikroekonomi menekankan hukum *pareto optimality*. Hukum ini menekankan efisiensi penggunaan sumber daya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, mengesampingkan semua kebutuhan untuk mempertimbangkan persoalan-persoalan etis, dan menekankan secara berlebihan upaya maksimalisasi keuntungan. Dikutip dari bukunya Rafik, Milton Friedman memaparkan pendekatan mikroekonomi terhadap etika manajemen sebagai berikut:⁵¹

“Sejumlah kecil kecenderungan mungkin melandasi sepenuhnya dasar-dasar masyarakat kita yang bebas sebagai penerimaan, oleh para pemilik perusahaan, tanggungjawab soal

⁵⁰Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an*....., hlm. 394.

⁵¹Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis*....., hlm. 19.

ketimbang untuk menghasilkan sebanyak mungkin bagi para pemegang saham mereka.”

Bertentangan dengan pendekatan mikroekonomi terhadap etika bisnis, maksimalisasi keuntungan bukanlah tujuan tertinggi ataupun satu-satunya prinsip etis perdagangan dalam Islam. Allah SWT telah berfirman dalam Qur'an surat Al Kahfi ayat 46:

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا

*Artinya: Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan di dunia; namun amalan-amalan yang kekal dan saleh adalah lebih baik pahalanya dimata Allah SWT, dan lebih baik sebagai landasan harapan-harapan.*⁵²

3) Universalisme

Berbeda dengan pandangan utilitarian yang menekankan aspek hasil suatu keputusan, universalisme menfokuskan diri pada tujuan suatu keputusan atau tindakan. Prinsip kunci yang mendasari mazhab universalisme adalah prinsip Kant mengenai *imperatif kategoris*. Prinsip ini terdiri dari dua bagian. Bagian *Pertama*, seseorang harus memilih untuk bertindak, hanya jika ia berkemauan untuk memberi kesempatan setiap orang di muka bumi ini dalam situasi yang sama untuk membuat keputusan yang sama dan bertindak

⁵²Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 5*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 615.

dengan cara yang sama. Bagian *Kedua*, orang lain harus diperlakukan sebagai tujuan, yang dihargai dengan penuh martabat dan penghormatan, tidak semata sebagai alat untuk mencapai tujuan. Sebagai konsekuensunya, pendekatan ini menfokuskan diri pada *kewajiban* yang harus dilakukan seorang individu terhadap individu lain dan juga terhadap kemanusiaan.

Persoalan-persoalan universalisme berhubungan dengan apa yang dimaksud Kant sebagai *kewajiban*. Menurutny, hanya ketika kita bertindak berdasarkan kewajiban kita maka tindakan kita dapat disebut bersifat etis. Jika kita bertindak semata-mata karena dorongan perasaan atau kepentingan-pribadi, maka tindakan kita tidak memiliki moral sama sekali. Islam juga menfokuskan pada tujuan seseorang untuk melakukan suatu tindakan.

“Alqamah Ibnu Waqqas al Laythi berkata,”Saya mendengar Umar, ketika ia sedang berada di atas mimbar memberikan khutbah, berkata, ‘Saya mendengar Rasulullah saw berkata,’Hai manusia! Ketahuilah, bahwa tidak ada tindakan yang dinilai kecuali dengan niat dan setiap manusia bisa berbuat kecuali yang ia niatkan’.”

“Sehingga ia yang berhijrah karena Allah SWT dan Rasulnya, maka hijrahnya adalah untuk Allah SWT dan Rasulnya, dan ia yangt berhijrah demi tujuan kemewahan duniawi atau demi mendapatkan wanita sebagai istri, maka hijrahnya adalah untuk kepentingan itu pula”.⁵³

⁵³Shahih Bukhari hadis no. 1, hlm. 111.

Namun demikian, dengan niat baik semata tindakan yang tidak etis tidak serta-merta menjadi bersifat etis. Seperti dikemukakan oleh Yusuf al Qaradawi, "niat baik tidak menjadikan yang haram menjadi bisa diterima".⁵⁴ Manakala seorang Muslim menindaklanjuti niat baik dengan tindakan yang diperbolehkan agama, maka tindakannya menjadi sebuah tindakan amal. Bahkan Rasulullah saw berkata:

*Di pagi hari sedekah dihitung dari setiap tulang jari kaki dan tangan manusia. Memberi salam kepada setiap orang adalah sedekah; berbuat baik adalah sedekah; melarang kepada yang tercela adalah sedekah; memindahkan apa yang berbahaya dari jalan adalah sedekah; berhubungan seks dengan istri adalah sedekah. Orang-orang bertanya, "Ia selalu memuaskan keinginannya, ya Rasulullah; apakah ini sedekah?" Rasulullah saw menjawab, "Katakanlah kepada saya, jika ia selalu memuaskan keinginannya sementara ia tidak berhak untuk itu, apakah berarti ia berbuat dosa?"*⁵⁵

Lebih jauh, jika suatu tindakan adalah *haram*, maka islam tidak mengizinkan tindakan *haram* ini untuk dipergunakan sebagai sarana mencapai suatu tujuan yang baik. Sebagaimana Rasulullah saw, jika tidak dapat seseorang memperoleh kekayaan melalui sarana yang *haram* dan kemudian memberi sedekah dari kekayaan tersebut, maka ia tidak akan mendapat keuntungan dari sedekahnya dan tanggungan dosanya tetap ada.

⁵⁴Yusuf Qardawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, alih bahasa oleh H. Muammal Hamidy, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1993), hlm. 34.

⁵⁵*Ibid.*, hlm. 35.

4) Hak-Hak⁵⁶

Pendekatan hak terhadap etika menekankan sebuah nilai tunggal: kebebasan. Agar disebut etis, keputusan-keputusan dan tindakan harus didasarkan pada hak-hak individu yang menjamin kebebasan memilih. Pendekatan ini berkeyakinan bahwa individu memiliki hak-hak moral yang bersifat tidak dapat ditawar-tawar. Sebagai misal, setiap orang Amerika secara hukum dijamin haknya untuk memiliki kebebasan, memiliki martabat dan memilih. Hak-hak ini, pada gilirannya, membawa pada kewajiban yang saling menguntungkan di antara para pemegang hak tersebut. Dengan demikian, para pekerja memiliki hak untuk mendapatkan upah yang adil dan lingkungan kerja yang aman. Para majikan memiliki hak untuk berharap agar para perdagangannya tetap rahasia dan tidak dibocorkan oleh para pekerjanya.

Pendekatan hak terhadap etika dapat disalahgunakan. Sejumlah individu mungkin bersikeras mengatakan bahwa hak-hak mereka memiliki prioritas yang lebih tinggi dibanding hak orang lain, dan ketidakadilan akan terjadi. Hak juga membutuhkan pembatasan-pembatasan. Peraturan industri yang menguntungkan masyarakat barangkali masih tetap menginjak-injak hak sejumlah individu atau kelompok

⁵⁶Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis*....., hlm. 22-23.

tertentu. Sebagai contoh, peraturan industri yang terlalu ketat yang mengharuskan aturan pakaian khusus tertentu demi alasan keamanan barangkali sebaiknya tidak perlu mengesampingkan kepentingan kaum perempuan Muslim untuk berpakaian secara sopan.

Bertentangan dengan mitos yang selalu diulang-ulang oleh para Orientalis, Islam datang untuk kebebasan. Sebagai contoh, Islam memberi umat manusia kebebasan untuk memiliki keyakinan sendiri. Allah SWT berfirman dalam Qur'an surat Al-Baqarah ayat 256:

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ۚ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ۚ فَمَنْ يَكْفُرْ
بِالطَّغُوتِ وَيُؤْمَرْ بِاللَّهِ فَقَدْ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا
أَنْفِصَامَ لَهَا ۗ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٥٦﴾

Artinya: Tidak ada paksaan dalam beragama: Kebenaran telah jelas berbeda dari kesesatan: siapapun yang menolak yang jahat dan percaya kepada Allah SWT, maka ia telah berpegang kepada seutas tali yang bisa dipercaya, yang tidak akan pernah putus asa. Dan Allah Maha Mendengar dan Mengetahui segala sesuatu.⁵⁷

Namun demikian, Islam hadir demi keseimbangan dan menolak gagasan mengenai kebebasan tanpa tanggungjawab. Manusia harus bertanggungjawab terhadap tindakannya. Secara intuitif, kebebasan terbesar sebenarnya justru diperoleh

⁵⁷Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 1*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 380.

melalui ketaatan. Bahkan, sekali seseorang percaya kepada Allah SWT, ia akan memperoleh berbagai macam kebebasan. Sebagaimana dalam surat Al Ikhlas ayat 1-4:

قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ ۝ اللَّهُ الصَّمَدُ ۝ لَمْ يَلِدْ وَلَمْ يُولَدْ ۝
وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا أَحَدٌ ۝

*Artinya: Katakanlah: Dialah Allah, Yang Maha Esa. Allah adalah Tuhan yang bergantung kepada-Nya segala sesuatu. Dia tiada beranak dan tiada pula diperanakkan, dan tidak ada seorang pun yang setara dengan Dia.*⁵⁸

5) Keadilan Distributif

Pendekatan terhadap etika ini berkisar pada satu nilai tunggal: keadilan. Agar disebut etis, keputusan-keputusan dan tindakan harus menjamin pembagian kekayaan, keuntungan dari kerugian secara adil. Terdapat lima prinsip yang barangkali dapat dipergunakan untuk menjamin pembagian keuntungan dan kerugian ini secara adil:⁵⁹

- a) Setiap orang mendapatkan pembagian yang sama. Ketika sebuah perusahaan membagikan keuntungan tahunannya, setiap orang yang berhak harus menerima bagian yang sama dengan yang lain.
- b) Setiap orang mendapatkan bagian sesuai kebutuhan masing-masing. Sumber daya seharusnya dialokasikan

⁵⁸Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 11*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 814.

⁵⁹Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis*....., hlm. 24.

kepada setiap individu atau departemen berdasarkan tingkat kebutuhan yang mereka perlukan.

- c) Setiap orang mendapat bagian sesuai dengan usaha masing-masing. Segalanya harus adil, para pekerja harus mendapatkan kenaikan atau pemotongan upah berdasarkan proporsi tingkat usaha mereka.
- d) Setiap orang mendapat bagian sesuai kontribusi sosial masing-masing. Jika suatu perusahaan membuat program khusus mengenai persoalan-persoalan sosial, misalnya pencemaran lingkungan, perusahaan tersebut harus mendapat penghargaan, sementara perusahaan lain yang tidak mendapat penghargaan.
- e) Setiap orang mendapat bagian sesuai jasanya. Keputusan-keputusan promosi, rekrutmen, dan pemecatan harus dilakukan berdasarkan jasa individu dan tidak ada alasan lain seperti misalnya nepotisme, favoritisme, atau kepentingan pribadi.

Islam mendukung prinsip keadilan. Merujuk Qur'an, peranan firman-firman Allah SWT yang disampaikan oleh Rasul-Nya adalah untuk menegakkan keadilan. Kaum Muslim yang berkedudukan sebagai pemimpin diharapkan untuk bertindak adil terhadap pengikut atau bawahannya.

Prinsip keadilan distributif Islam mencakup hal-hal sebagai berikut:⁶⁰

- a) Setiap orang berhak untuk menuasai hak milik secara individual atau dalam kelompok bersama orang lain. Kepemilikan sumber daya yang penting oleh negara hanya diperbolehkan jika demi kepentingan umum.
- b) Orang-orang miskin memiliki hak sebagian kekayaan yang dikumpulkan oleh orang-orang kaya sampai kepada batas bahwa kebutuhan dasar setiap orang dalam masyarakat bisa terpenuhi. Karena Allah telah meninggikan anak keturunan Adam dan memberinya berbagai hal yang baik, maka kebutuhan dasar seluruh umat manusia harus dipenuhi. Inilah alasan mengapa rahmat *infaq*, yakni pengeluaran sukarela untuk kepentingan orang-orang miskin, ditekankan dalam Qur'an dan juga dalam sejumlah hadist.

Meskipun demikian, Islam tidak bertujuan untuk mengubah semua perbedaan dalam hal penghasilan dan kekayaan. Perbedaan ini merupakan bagian dari rencana Allah SWT. perbedaan ini juga berfungsi untuk menjaga berjalannya aktivitas ekonomi.

⁶⁰Ahmad Zainudin, *Islam, Kemiskinan & Distribusi Pendapatan*, The Islamic Foundation, hlm. 15-16.

- c) Eksploitasi manusia pada semua tingkatan, dalam bentuk apapun dan dalam kondisi apapun adalah anti-Islam dan harus diakhiri. Sebagai contoh, pabrik-pabrik yang mengeksploitasi orang-orang miskin dengan upah yang sangat rendah demi kepentingan menurunkan biaya produksi adalah tidak Islami.

Secara umum, Islam mendukung semua prinsip dalam pendekatan keadilan distributif terhadap etika, namun dalam proporsi yang seimbang. Islam tidak mendukung perintah keadilan buta. Kebutuhan semata-mata tidak memerlukan keadilan. Karenanya, seorang muslim yang tengah berusaha untuk keluar dari situasi yang menindas lebih membutuhkan bantuan dibanding orang yang sekedar menuntut hak sebagian kekayaan dari orang-orang kaya. Sebagaimana firman Allah SWT. dalam surat An Nisaa ayat 97:

إِنَّ الَّذِينَ تَوَفَّيْنَاهُمُ الْمَلَائِكَةُ طَالِمَى أَنْفُسِهِمْ قَالُوا فِيمَ كُنْتُمْ قَالُوا كُنَّا مُسْتَضْعَفِينَ فِي الْأَرْضِ قَالُوا أَلَمْ تَكُنْ أَرْضُ اللَّهِ وَاسِعَةً فَتُهَاجِرُوا فِيهَا فَأُولَئِكَ مَأْوَاهُمْ جَهَنَّمُ وَسَاءَتْ مَصِيرًا ﴿٩٧﴾

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang diwafatkan Malaikat dalam Keadaan Menganiaya diri sendiri,⁶¹ (kepada mereka) Malaikat bertanya : "Dalam Keadaan bagaimana*

⁶¹Yang dimaksud dengan orang yang Menganiaya diri sendiri di sini, ialah orang-orang muslimin Mekah yang tidak mau hijrah bersama Nabi sedangkan mereka sanggup. mereka ditindas dan dipaksa oleh orang-orang kafir ikut bersama mereka pergi ke perang Badar; akhirnya di antara mereka ada yang terbunuh dalam peperangan itu.

kamu ini?". mereka menjawab: "Adalah Kami orang-orang yang tertindas di negeri (Mekah)". Para Malaikat berkata: "Bukankah bumi Allah itu luas, sehingga kamu dapat berhijrah di bumi itu?". orang-orang itu tempatnya neraka Jahannam, dan Jahannam itu seburuk-buruk tempat kembali.⁶²

Sekali lagi, jasa atau kontribusi sosial semata-mata tidak membutuhkan perhatian khusus karena keduanya seringkali dilihat sebagai hubungan saling bertingkat. Keadilan Islam tidak dapat diubah ataupun ditekan karena faktor tingkatan ataupun kedudukan khusus.

6) Hukum Tuhan⁶³

Keputusan-keputusan etis dibuat berdasarkan hukum Tuhan ada di dalam kitab suci dan tanda-tanda alam. Banyak penulis (termasuk Thomas Aquinas) percaya bahwa mempelajari *baik* kitab suci maupun alam, manusia akan dapat bersikap etis.

Islam memiliki perspektif yang berbeda. Dengan mendasarkan diri pada Qur'an surat 96:1-5; 68:1-2 dan 55:1-3, Taha Jabir al'Alwani menyimpulkan bahwa manusia telah diperintahkan oleh Allah untuk melakukan dua bentuk pembacaan yang berbeda secara *terus-menerus*: pembacaan firman-firman Allah (Qur'an) dan pembacaan alam semesta.⁶⁴

⁶²Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 2*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 247.

⁶³Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis*....., hlm. 28.

⁶⁴*Ibid.*, hlm. 29.

Mereka yang hanya melakukan pembacaan dalam bentuk yang pertama akan menjadi asketis. Kadangkala, pembacaan seperti ini akan membuat mereka tidak seimbang dan tidak mampu untuk berpikir sendiri. Mereka menyerah terhadap semua tindakan yang bersifat independen dan gagal mempertanggungjawabkan tugasnya sebagai hamba Allah SWT (istikhlaf) atau penjaga janji Allah SWT (amanah). Mereka yang hanya menekankan pembacaan dalam bentuk yang kedua "tidak memiliki kemampuan untuk menjawab pertanyaan terdalam", dan seringkali menafikan segala sesuatu yang ada di luar kemampuan mereka untuk mencerap dengan sarana "super-natural". Yang lebih buruk lagi, jika mereka tidak percaya sama sekali, mereka percaya kepada tuhan yang mereka ciptakan sendiri, dan seringkali mempersamakan Tuhan dengan alam itu sendiri.

Pembacaan satu sisi semacam itu hanya akan membawa kepada sikap *shirk* atau teori-teori abstrak seperti eksistensialisme, pantheisme, atau bahkan materialisme dialektis. Karenanya, kaum Muslim harus melakukan kedua bentuk pembacaan tersebut secara bersama-sama.

Sebagai hasil dua pembacaan ini, aturan etik Islam berbeda dengan aturan moral seperti yang diyakini oleh agama lain. Agama Kristen, sebagaimana juga beberapa agama timur

lain cenderung menekankan sifat kesementaraan hidup ini. Islam, di sisi lain, menekankan bahwa kesalehannya melalui partisipasi aktif dalam persoalan kehidupan sehari-hari dan melalui perjuangan dalam kehidupan untuk melawan kezaliman.

Gagasan mengenai partisipasi aktif manusia dalam dunia material merupakan bagian konsep *tazkiyah*, yakni pertumbuhan dan pembersihan, dan sangat penting berkaitan dengan teori ekonomi Islam. Dengan kata lain, seorang Muslim diharapkan berpartisipasi aktif di *dunya* dengan satu tuntunan bahwa segala bentuk perkembangan dan pertumbuhan material harus ditunjukkan demi keadilan sosial dan peningkatan ketakwaan spiritual baik bagi *ummah* maupun bagi dirinya sendiri. Allah SWT. menekankan tujuan tertinggi tersebut melalui cerita tentang Qarun pada surat Al Qashash ayat 80:

وَقَالَ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ وَيَلَكُمْ ثَوَابُ اللَّهِ خَيْرٌ لِّمَن
ءَامَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا وَلَا يُلْقَاهَا إِلَّا الصَّابِرُونَ ﴿٨٠﴾

Artinya: Berkatalah orang-orang yang dianugerahi ilmu: "Kecelakaan yang besarlah bagimu, pahala Allah adalah lebih baik bagi orang-orang yang beriman dan beramal saleh, dan tidak diperoleh pahala itu, kecuali oleh orang-orang yang sabar."⁶⁵

⁶⁵Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 7*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 341.

Ketika berpartisipasi dalam kehidupan ini, seorang Muslim harus selalu menyadari pentingnya sikap konsisten baik dalam melaksanakan ibadah maupun dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan menjalankan lima pilar rukun Islam tidaklah cukup bagi seorang Muslim; ia juga perlu menerapkan nilai-nilai etis Islam.

Hukum Tuhan dalam Islam tidak terbatas pada persoalan keagamaan; ia menuntun seluruh aspek kehidupan seorang Muslim.

c. Parameter Sistem Etika Islam

Berdasarkan pembahasan di atas, sejumlah parameter kunci sistem etika Islam telah terungkap, dan dapat dirangkum sebagai berikut:⁶⁶

- 1) Berbagai tindakan ataupun keputusan disebut etis bergantung pada niat individu yang melakukannya. Allah Maha Kuasa dan mengetahui apapun niat kita sepenuhnya dan secara sempurna.
- 2) Niat baik yang diikuti tindakan yang baik akan dihitung sebagai ibadah. Niat yang *halal* tidak dapat mengubah tindakan yang *haram* menjadi *halal*.

⁶⁶Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis*....., hlm. 31-32.

- 3) Islam memberikan kebebasan kepada individu untuk percaya dan bertindak berdasarkan apapun keinginannya, namun tidak dalam hal tanggungjawab dan keadilan.
- 4) Percaya kepada Allah SWT memberi individu kebebasan sepenuhnya dari hal apapun atau siapapun kecuali Allah.
- 5) Keputusan yang menguntungkan kelompok mayoritas tidak bukanlah permainan mengenai jumlah.
- 6) Islam mempergunakan pendekatan terbuka terhadap etika, bukan sebagai sistem yang tertutup, dan berorientasi-diri sendiri. Egoisme tidak mendapat tempat dalam ajaran Islam.
- 7) Keputusan etis harus disandarkan pada pembacaan secara bersama-sama antara Qur'an dan alam semesta.
- 8) Tidak seperti sistem etika yang diyakini banyak agama lain, Islam mendorong umat manusia untuk melaksanakan *tazkiyah* melalui partisipasi aktif dalam kehidupan ini. Dengan berperilaku secara etis ditengah godaan ujian *dunya*, kaum Muslim harus mampu membuktikan ketaatannya kepada Allah SWT.

Berbeda dengan semua pendekatan seperti yang dirangkum dalam, sistem etika Islam tidak terfragmentasi namun juga tidak berdimensi tunggal. Sistem etika Islam merupakan bagian dari pandangan hidup Islami dan karenanya bersifat lengkap. Terdapat konsistensi internal, atau '*adl*', atau keseimbangan, dalam konsep

nilai-nilai penuntun individu. Pernyataan mengenai keseimbangan ini merupakan intisari ayat Qur'an pada surat Al Baqarah ayat 143 di bawah ini:

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ
الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۚ وَمَا جَعَلْنَا الْقِبْلَةَ الَّتِي كُنْتَ عَلَيْهَا إِلَّا لِنَعْلَمَ
مَنْ يَتَّبِعُ الرَّسُولَ مِمَّنْ يَنْقَلِبُ عَلَىٰ عَقْبَيْهِ ۚ وَإِنْ كَانَتْ لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى
الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ ۚ وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضِلَّ إِيْمَانَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ بِالنَّاسِ
لَرَءُوفٌ رَّحِيمٌ ﴿١٤٣﴾

Artinya: Dan demikian (pula) Kami telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan⁶⁷ agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. dan Kami tidak menetapkan kiblat yang menjadi kiblatmu (sekarang) melainkan agar Kami mengetahui (supaya nyata) siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang membelot. dan sungguh (pemindahan kiblat) itu terasa Amat berat, kecuali bagi orang-orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah; dan Allah tidak akan menyia-nyiakkan imanmu. Sesungguhnya Allah Maha Pengasih lagi Maha Penyayang kepada manusia.⁶⁸

Untuk mengembangkan lebih jauh sistem etika Islam ini, kita harus menyelidiki aksioma-aksioma apakah yang menuntun pandangan filsafat etika Islam. Lima konsep kunci dalam etika bisnis Islam yakni

⁶⁷Umat Islam dijadikan umat yang adil dan pilihan, karena mereka akan menjadi saksi atas perbuatan orang yang menyimpang dari kebenaran baik di dunia maupun di akhirat.

⁶⁸Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 2*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 221.

keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, serta kebajikan.⁶⁹

1) Keesaan

Dicerminkan dalam konsep tawhid yang merupakan dimensi vertikal Islam. Konsep keesaan menggabungkan ke dalam sifat homogen semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan seorang muslim, yakni ada ekonomi, politik, agama, dan masyarakat, serta menekankan gagasan mengenai konsistensi dan keteraturan.

Penerapan konsep keesaan dalam etika bisnis, maka seorang pengusaha muslim tidak akan:

- a) Berbuat diskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun pemegang saham perusahaan atas dasar ras, warna kulit, jenis kelamin, ataupun agama. Hal ini sesuai dengan tujuan Allah SWT untuk menciptakan manusia. Sebagaimana firman Allah SWT. dalam surat Al Hujuraat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَكُمْ شُعُوبًا
وَقَبَاِئِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ
خَبِيرٌ

Artinya: Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu

⁶⁹Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis*....., hlm. 32.

*saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.*⁷⁰

- b) Pengusaha muslim tidak akan dipaksa untuk berbuat tidak etis, karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah SWT. maka ia selalu mengikuti aturan perilaku yang sama dan satu, di mana pun apakah itu di masjid, di dunia kerja atau aspek apa pun dalam kehidupannya.⁷¹ Firman Allah SWT. dalam surat Al An'am ayat 162 yang berbunyi:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

*Artinya: Katakanlah (Muhammad): Sesungguhnya salatku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan seluruh alam.*⁷²

- c) Menimbun kekayaannya dengan penuh keserakahan. Konsep amanah atau kepercayaan memiliki makna yang sangat penting baginya karena ia sadar semua harta dunia bersifat sementara, dan harus dipergunakan secara bijaksana. Tindakan seorang muslim tidak semata-mata dituntun oleh keuangtungan, dan tidak demi mencari kekayaan dengan cara apapun. Tercermin dalam surat Al Kahfi ayat 46:

⁷⁰Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 9*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 419.

⁷¹Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis*....., hlm. 35.

⁷² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 3*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 284.

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ الصَّالِحَاتُ
خَيْرٌ عِنْدَ رَبِّكَ ثَوَابًا وَخَيْرٌ أَمَلًا ﴿١٦﴾

*Artinya: Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia tetapi amalan-amalan yang kekal lagi saleh adalah lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik untuk menjadi harapan.*⁷³

2) Keseimbangan⁷⁴

Keseimbangan atau 'adl menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Menurut Rafik sifat keseimbangan ini lebih dari sekedar karakteristik alam, ia merupakan karakter dinamik yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya.

Kebutuhan akan keseimbangan dan kesetaraan ditekankan Allah SWT. ketika ia menyebut kaum muslim sebagai *ummatun wasatun*. Untuk menjaga mereka yang berpunya dan mereka yang tak berpunya, Allah SWT. menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebihan. Penerapan konsep keseimbangan dalam etika berlaku baik secara harfiah maupun kias dalam dunia bisnis. Sebagai contoh, Allah SWT. dalam surat al-Israa' ayat 35 memperingatkan para pengusaha muslim untuk:

⁷³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 5*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 615.

⁷⁴ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis*....., hlm. 36.

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٧٥﴾

*Artinya: Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan timbangan yang benar: itulah yang lebih utama dan lebih baik akibatnya.*⁷⁵

Sangat menarik untuk mengetahui bahwa makna lain kata 'adl adalah keadilan dan kesetaraan. Seperti yang dapat kita lihat pada ayat di atas, sebuah transaksi yang seimbang adalah juga setara dan adil. Qur'an menggunakan istilah 'adl dalam pengertian ini. Secara keseluruhan, Islam sebenarnya tidak ingin menciptakan sebuah masyarakat pedagang-syahid, yang berbisnis semata demi alasan kedermawanan. Sebaliknya, Islam ingin mengekang kecenderungan sikap serakah manusia dan kecintaannya untuk memiliki barang-barang. Sebagai akibatnya, baik sikap kikir maupun boros keduanya dikutuk baik dalam Qur'an maupun Hadist.

3) Kehendak bebas⁷⁶

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT. menurunkannya ke bumi dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT. Berdasarkan konsep kehendak bebas, manusia memiliki

⁷⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 471- 472.

⁷⁶ Rafik Issa Beekun, *Etika*....., hlm.. 38.

kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT, akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya.

Penting untuk dicatat bahwa Allah SWT memerintahkan ayat di atas secara eksplisit kepada kaum Muslim. Sebagaimana dikemukakan oleh Yusuf 'Ali, kata '*uqud*' adalah sebuah konstruksi multidimensional. Kata tersebut mengandung arti (a) kewajiban suci yang muncul dari kodrat spiritual dan hubungan kita dengan Allah SWT, (b) kewajiban sosial kita seperti misalnya dalam perjanjian perkawinan, (c) kewajiban politik kita seperti misalnya perjanjian hukum, dan (d) kewajiban bisnis kita seperti misalnya kontrak formal mengenai tugas-tugas tertentu yang harus dilakukan ataupun kontrak tak tertulis mengenai perlakuan layak yang harus diberikan kepada para pekerja. Kaum muslim harus mengekang kehendak bebasnya untuk bertindak berdasarkan aturan-aturan moral seperti yang telah digariskan Allah SWT.

4) Tanggungjawab⁷⁷

Kebebasan yang tak terbatas adalah sebuah absurditas⁷⁸, ia mengimplikasikan tidak adanya sikap tanggung jawab atau akuntabilitas. Untuk memenuhi konsep keadilan dan kesatuan

⁷⁷ *Ibid.*, hlm. 40.

⁷⁸ Menurut *Kamus Ilmiah Populer* Absurditas berarti kemustahilan, ketidakmasukan, ketidakmasukakalan, hlm. 4.

seperti yang kita lihat dalam firman Allah SWT, manusia harus bertanggung jawab terhadap segala tindakannya. Allah SWT. menekankan konsep tanggung jawab moral tindakan seseorang ini dengan firmanNya yakni surat al-Hujurat ayat 13:⁷⁹

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاهُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya: Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.

Islam adalah agama yang adil, seperti telah dibicarakan sebelumnya, seseorang tidak bertanggungjawab terhadap tindakannya jika ia belum mencapai usia dewasa, ia sakit jiwa, atau ia berbuat sesuatu ketika sedang tidur.

Konsep tanggung jawab dalam etika bisnis adalah jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya

⁷⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 9*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 419.

sendiri. Berkaitan dengan ini, Allah SWT. berfirman dalam surat Al Mudatstsir ayat 38:⁸⁰

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya: Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.

Karenanya, konsep ini bertalian erat dengan konsep kesatuan, keseimbangan dan kehendak bebas. Semua kewajiban harus dihargai kecuali jika secara moral salah.

5) Kebajikan⁸¹

Menurut Beekun kebajikan atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai “tindakan yang menguntungkan orang lain dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apa pun”. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Penerapan konsep kebajikan dalam etika bisnis menurut al Ghazali dalam bukunya Rafik, terdapat enam bentuk kebajikan:⁸²

- a) Jika seseorang membutuhkan sesuatu, maka orang lain harus memberikannya, dengan mengambil keuntungan yang

⁸⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 10*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 430.

⁸¹ Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis*....., hlm. 43.

⁸² Dikutip oleh Rafik dari bukunya Muhammad Umaruddin yang berjudul *Etika Filsafat al-Ghazali*, hlm. 43.

sedikit mungkin. Jika sang pemberi melupakan keuntungannya, maka hal tersebut akan lebih baik baginya.

- b) Jika seseorang membeli sesuatu dari orang miskin, akan lebih baik baginya untuk kehilangan sedikit uang dengan membayarnya lebih dari harga yang sebenarnya. Tindakan seperti ini akan memberikan akibat yang mulia, dan tindakan yang sebaliknya cenderung akan memberikan hasil yang juga berlawanan. Bukan suatu hal yang patut dipuji untuk membayar orang kaya lebih dari apa yang seharusnya diterima manakala ia dikenal sebagai orang yang suka mencari keuntungan yang tinggi.
- c) Dalam mengabdikan hak pembayaran dan pinjaman, seseorang harus bertindak secara bijaksana dengan memberi waktu yang lebih banyak kepada sang peminjam untuk membayar hutangnya, dan jika diperlukan, seseorang harus membuat pengurangan pinjaman untuk meringankan beban sang peminjam.
- d) Sudah sepantasnya bahwa mereka yang mengembalikan barang-barang yang telah dibeli seharusnya diperbolehkan untuk melakukannya demi kebajikan.
- e) Merupakan tindakan yang sangat baik bagi sang peminjam jika mereka membayar hutangnya tanpa harus diminta, dan jika mungkin jauh-jauh hari sebelum jatuh waktu pembayarannya.

- f) Ketika menjual barang secara kredit seseorang harus cukup bermurah hati, tidak memaksa membayar ketika orang tidak mau membayar dalam waktu yang telah ditetapkan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika merupakan tata cara perilaku manusia dalam melakukan kegiatan yang mana kegiatan yang dilakukan oleh manusia menunjukkan perbuatan yang baik maupun buruk, dan saling berhubungan antara satu dengan yang lain.

Etika memiliki peran penting dalam dunia bisnis ketika masyarakat memahami kegiatan bisnis tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Etika dalam Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki, dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam.⁸³

Bisnis Islami juga dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Sesuai dalam firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْءُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا

⁸³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 1997), hlm.

dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT. Oleh karena itu, pada prinsipnya pengetahuan akan etika bisnis dalam pandangan Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap para pebisnis/pedagang terutama pebisnis/pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha yang sekarang telah memasuki era globalisasi untuk menghindari diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah SWT.

Etika bisnis Islam yang didefinisikan oleh Rafik Issa Beekun lebih kompleks dan cukup mudah dipahami. Yang menarik adalah teorinya muncul karena sebab akibat dari permasalahan yang hampir setiap individu berhadapan dengan berbagai permasalahan etis dalam *market place*, dan jarang yang tahu bagaimana harus berhadapan dengan masalah tersebut. Artinya dalam teori Rafik lebih aplikatif untuk menghadapi permasalahan dalam *market place*. Dimana pada hakikatnya mencari kesuksesan tertinggi yang akan diperoleh seorang muslim atau *falah* dalam Islam adalah sama bagi setiap muslim, yakni pencapaian *maqasid syari'ah*. Itulah kenapa penulis menggunakan teori Rafik Issa Beekun.

4. Pasar

a. Pengertian Pasar

Istilah pasar telah mendapat banyak arti selama bertahun-tahun. Dalam pengertian dasar, pasar adalah tempat di mana

penjual dan pembeli bertemu untuk saling melakukan pertukaran atas barang dan jasa.⁸⁶

Pada masa lampau, pasar mengacu pada lokasi geografis, tetapi sekarang pasar tidak lagi memiliki batas-batas geografis karena komunikasi modern telah memungkinkan para pembeli dan penjual untuk mengadakan transaksi tanpa harus bertemu satu sama lain.⁸⁷ Maka dalam ekonomi modern, pasar lebih dipahami sebagai suatu institusi yang menjadi ajang operasi kekuatan-kekuatan yang menentukan harga.⁸⁸

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk

⁸⁶Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, terj. Imam Nurmawan (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1997), 226. Lihat juga Yusuf Kama & I Muhsammad, *Fiqh Iqtisad al-Suq* (Kairo: Dar al-Nashr li al-Jami'a, 1998), 179, dan Muhsammad Abd al-Mun'im Ghafir, *Usul al-Iqtisad al-Islami* (Kairo: Dar al-Fath, 1996), hlm. 212.

⁸⁷Richard A. Bilas, *Ekonomi Mikro*, terj. Gunawan Hutauruk (Jakarta: Penerbit Erlangga, t.t), hlm. 5.

⁸⁸Roger Leroy Miller dan Roger E. Meiners, *Intermediate Microeconomics Theory*, 23. Lihat juga Yusuf Kama & I Muhsammad, *Fiqh Iqtisad al-Suq*, hlm. 179.

selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.⁸⁹

Sedangkan Roger Leroy Miller dan Roger E. Meiners mendefinisikan pasar sebagai suatu sistem mengalokasikan sumber daya dan menyiratkan informasi tentang nilai-nilai relatif mereka. Ia juga merupakan sistem yang mendistribusikan pendapatan sesuai dengan jumlah dan nilai pasar sumber daya yang dimiliki. Sistem pasar adalah suatu sistem di mana terdapat pengambilan keputusan yang terdesentralisasi. Pada dasarnya, ia melibatkan koordinasi spontan oleh jutaan peserta.⁹⁰

Dalam Islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai *syari'ah*, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Ini tentu saja bukan hanya kewajiban personal pelaku pasar tetapi juga membutuhkan intervensi pemerintah. Untuk itulah pemerintah mempunyai peranan penting dalam menciptakan pasar yang Islami.⁹¹

Gambaran pasar yang Islami adalah pasar yang didalamnya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan nilai dan

⁸⁹ Akhmad, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 143.

⁹⁰ Roger Leroy Miller dan Roger E. Meiners, *Intermediate Microeconomics Theory*, ed. terj. Haris Munandar, *Teori Mikro Ekonomi Intermediate*, (Jakarta: PT RajaGrafindoPersada, 2000), hlm. 5.

⁹¹ Akhmad Mujahidin, *Etika dalam Islam: Analisis terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar*, *Jurnal Hukm Islam*, Vol. IV no. 2, bulan Desember, tahun 2005, hlm. 121.

moralitas Islam yang terdiri dari norma yang berlaku untuk muslim dan norma yang berlaku untuk masyarakat umum seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan.⁹²

Pada masa Nabi Muhammad SAW yang menonjol dalam menentukan pesaing dalam kafilah dagang adalah kesukuan dan kepribadian. Kafilah dagang harus meneliti posisi pesaing dan men-mutuskan posisinya yang terbaik. Penentuan posisi pedagang adalah tindakan untuk merancang citra pedagang serta nilai yang ditawarkan sehingga pelanggan dalam suatu segmen memahami dan menghargai kedudukan pedagang dalam kaitannya dengan pesaingnya, dan Muhammad mempunyai penentuan posisi sebagai *Al Amin* yang berarti orang yang dapat dipercaya.⁹³

Prinsip dasar yang diajarkan oleh Rasulullah SAW berkaitan dengan mekanisme pasar dalam perdagangan, kedua belah pihak dapat saling menjual dan membeli barang secara ikhlas artinya tidak ada campur tangan serta intervensi pihak lain dalam menentukan harga barang.

Strategi harga yang digunakan Nabi Muhammad SAW berdasarkan prinsip suka sama suka. Dalam surat An Nisaa' ayat 29 dijelaskan sebagai berikut:

⁹²Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi-3: Teknik Mengalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 1997), hlm. 122.

⁹³M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy & Ethics*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hlm. 262.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٦٨﴾

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 dirimu⁹⁴; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁹⁵

Strategi harga yang digunakan Nabi Muhammad SAW yang lain adalah prinsip tidak menyaingi harga orang lain dan tidak menyongsong membeli barang sebelum dibawa ke pasar serta tidak berbohong. Nabi Muhammad SAW menetapkan strategi harga dengan prinsip membantu orang lain.⁹⁶

Nabi Muhammad SAW menganjurkan untuk berjual beli di pasar. Dari Abdullah bin Umar RA., katanya: Rasulullah SAW, bersabda: yang artinya *Janganlah kamu menjual menyaingi harga jual orang lain, dan janganlah kamu menyongsong membeli barang dagangan sebelum di bawa ke pasar.*⁹⁷ Sedangkan strategi promosi yang dilakukan Rasulullah SAW dalam pasar lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan, meliputi berpenampilan menawan, membangun relasi, mengutamakan

⁹⁴Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.

⁹⁵Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 2*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hlm. 153.

⁹⁶M. Suyanto, *Muhammad* , hlm. 267-268.

⁹⁷Shahih Muslim hadis ke 2790 tahun 2010, hlm 1442.

keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan hebat, berkomunikasi, menjalin hubungan yang bersifat pribadi, tanggap terhadap permasalahan, menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan.⁹⁸

Pada intinya prinsip dasar yang diajarkan oleh Rasulullah SAW berkaitan dengan mekanisme pasar dalam perdagangan, kedua belah pihak dapat saling menjual dan membeli barang secara ikhlas artinya tidak ada campur tangan serta intervensi pihak lain dalam menentukan harga barang.

Mekanisme pasar dibangun atas kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang disukai. Ibnu Taymiyah menempatkan kebebasan pada tempat yang tinggi bagi individu dalam kegiatan ekonomi, walaupun beliau memberikan batasan-batasannya. Selain itu juga diperlukan kerjasama saling membantu antara masyarakat satu dengan masyarakat yang lain untuk mewujudkan kesejahteraan bersama. Segala sesuatu itu boleh dan sah dilakukan sampai ada larangan khusus yang bertentangan dengan *syari'ah* Islam, khususnya dalam hal penipuan dan merugikan.⁹⁹

b. Fungsi Pasar

Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah yang telah berlangsung sejak peradaban awal

⁹⁸M. Suyanto, *Muhammad*, hlm. 273.

⁹⁹Akhmad Mujahidin, *Etika dalam Islam*:....., hlm. 123.

manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Hal ini ditunjukkan oleh praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan *Khulafa al-Rashidiin* bahwa pasar memiliki peranan pasar yang cukup besar. Oleh karenanya Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Beliau menolak adanya suatu *prince intervention* seandainya perubahan harga terjadi karena mekanisme pasar yang wajar.¹⁰⁰

Menurut Richard A. Bilas secara terperinci menjelaskan fungsi pasar sebagai berikut:¹⁰¹

- 1) Pasar menetapkan nilai. Dalam ekonomi pasar, harga merupakan alat pengukur nilai. Pertanyaan “barang apakah yang akan diproduksi?” merupakan masalah yang sudah berabad-abad dipersoalkan orang. Maka jawaban dari pertanyaan tersebut tentu adalah “Hal tersebut ditentukan oleh konsumen.” Selain itu adalah sejauh mana kemampuan konsumen untuk membeli barang produksi tersebut.
- 2) Pasar mengorganisasi produksi. Caranya adalah lewat faktor biaya. Dalam teori harga diasumsikan bahwa kita mempergunakan metode produksi yang paling efisien. Atau dari semua metode produksi, pengusaha (yakni orang yang

¹⁰⁰Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 301.

¹⁰¹Richard A. Bilas, *Ekonomi Mikro*....., hlm. 5.

mengorganisasi produksi) akan memilih metode yang dapat memaksimisasikan rasio antara output produk dengan input sumberdaya yang diukur dengan uang. Fungsi kedua inilah yang menjawab pertanyaan “bagaimana cara menghasilkan barang dan jasa?”.

- 3) Pasar mendistribusikan produk. Hal ini menyangkut pertanyaan “untuk siapa barang dihasilkan?” dan pertanyaan ini dijawab lewat pembayaran kepada sumberdaya. Mereka yang menghasilkan paling banyak akan menerima pembayaran paling banyak pula. Lepas dari warisan, nepotisme dan lain sebagainya, kita dapat melihat secara teoritis, tenaga dan sumber daya lain dibayar sesuai dengan apa yang dihasilkannya.
- 4) Pasar menyelenggarakan penjatahan (*rationing*). Penjatahan adalah inti dari terjadinya harga, sebab penjatahan membatasi konsumsi dari produksi yang tersedia.
- 5) Pasar menyediakan barang dan jasa untuk keperluan di masa yang akan datang. Tabungan (*saving*) dan investasi (*investment*) semuanya terjadi di pasar dan keduanya merupakan usaha mempertahankan dan mencapai kemajuan perekonomian.

c. Struktur Pasar

Jumlah Pembeli, Jumlah Penjual, Skala Produksi, Jenis Produksi merupakan beberapa hal penting yang akan mengubah tingkah laku dan kinerja pasar. Sehingga dapat mengubah Struktur pasar tersebut, nah berdasarkan Perbedaan Jumlah Penjual dan Pembeli, akan terbentuk berbagai macam struktur pasar. Struktur pasar dibedakan berdasarkan banyaknya penjual dan pembeli. Secara mudah dikatakan pasar yang terdiri dari banyak penjual dengan barang relatif homogen disebut pasar persaingan sempurna (*perfect competition*). Sedangkan pasar yang terdiri dari banyak penjual dan barangnya berbeda satu sama lain (terdeferensiasi) disebut pasar bersaing monopolistik (*monopolistic competition*). Pasar yang hanya ada satu penjual disebut pasar monopoli. Pasar yang ada beberapa penjual disebut pasar oligopoli.¹⁰²

Dalam Islam, disini lebih menekankan pada aspek kebebasan dan jiwa kerja sama (*cooperation*). Menurut Muhammad, kebebasan adalah pilar pertama dalam struktur pasar Islami. Kebebasan ini berdasarkan pada ajaran Islam, yang meliputi pertanggungjawaban dan kebebasan.

Prinsip pertanggungjawaban individu merupakan hal yang mendasar dalam ajaran Islam, yang ditentukan oleh al-Qur'an dalam berbagai ayat dan perbuatan dan perkataan Nabi saw. Prinsip pertanggungjawaban individual ini disebutkan dalam

¹⁰²Adiwarman Karim, 2010, *Ekonomi Mikro Islami edisi ketiga*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2010), hlm. 167.

berbagai konteks dan kesempatan secara berbeda, sebagai berikut:¹⁰³

- 1) Setiap orang akan dihisab secara sendiri-sendiri di hari pembalasan, dan ini bahwa diterapkan pada Nabi dan kerabat dekatnya. Tidak ada cara bagi seseorang untuk dapat menebus perbuatan jahatnya kecuali dengan mencari keridhaan Allah dan melakukan amal baik. Qur'an Surat Maryam : 95:



وَكُلُّهُمْ آتِيهِ يَوْمَ الْقِيَمَةِ فَرْدًا ﴿٩٥﴾

“dan tiap-tiap mereka akan datang kepada Allah pada hari kiamat dengan sendiri-sendiri.”

- 2) Tidak ada konsep doa turunan, tidak ada seorangpun mempertanggungjawabkan kesalahan orang lain, dan tidak ada baptis dan orang yang tidak dipilih. Qur'an surat an-Najm: 38:

ISLAM

أَلَّا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ ﴿٣٨﴾

“(yaitu) bahwasanya seorang yang berdosa tidak akan memikul dosa orang lain.”

- 3) Setiap individu mempunyai hubungan langsung dengan Allah swt., tidak ada perantaraan. Nabi sendiri hanyalah seorang utusan atau perantaraan tuntunan Allah untuk disampaikan kepada umat manusia. Permintaan maaf harus disampaikan secara langsung kepada Allah.

¹⁰³ Muhammad, 2004, *Ekonomi Mikro dalam Persepektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2004), hlm. 373.

- 4) Setiap individu mempunyai hak penuh untuk berkonsultasi langsung dengan sumber-sumber hukum Islam (al-Qur'an dan Hadis). Belajar adalah suatu proses rasional, dan itu tidak dapat dilakukan melalui proses meditasi. Mengajarkan agama adalah suatu proses ilmiah yang tidak dapat dilakukan dengan hanya angan-angan.
- 5) Islam telah disempurnakan bersamaan dengan akhir wahyu yang disampaikan kepada Nabi saw. Tidak seorangpun dapat menambah, menghapus, atau bahkan mengubah satu ayatpun. Setiap pengambilan kesimpulan dari penafsiran ayat hanyalah suatu pemahaman personal, di mana setiap orang dapat berbeda-beda, dan tidak seorangpun di antaranya dapat memaksakan pemahamannya kepada orang lain. Qur'an surat al-Maidah: 4 sebagai berikut:

يَسْأَلُونَكَ مَاذَا أُحِلَّ لَهُمْ قُلْ أُحِلَّ لَكُمُ الطَّيِّبَاتُ وَمَا عَلَّمْتُم مِّنَ الْجَوَارِحِ مُكَلِّبِينَ تُعَلِّمُونَهُنَّ مِمَّا عَلَّمَكُمُ اللَّهُ فَكُلُوا مِمَّا أَمْسَكْنَ عَلَيْكُمْ وَادْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ عَلَيْهِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ سَرِيعُ الْحِسَابِ ﴿٤﴾

Artinya: mereka menanyakan kepadamu: "Apakah yang Dihalalkan bagi mereka?". Katakanlah: "Dihalalkan bagimu yang baik-baik dan (buruan yang ditangkap) oleh binatang buas yang telah kamu ajar dengan melatih nya untuk berburu; kamu mengajarnya menurut apa yang telah diajarkan Allah kepadamu. Maka makanlah dari apa yang ditangkapnya untukmu, dan sebutlah nama Allah atas binatang buas itu (waktu melepaskannya). dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat cepat hisab-Nya.

Menurut Muhammad,¹⁰⁴ jadi tanggungjawab penuh dari perbuatan seorang muslim adalah kebutuhan yang didasarkan pada jenjang kebebasan yang luas, dimulai dengan kebebasan untuk memilih kepercayaan seseorang dan berakhir dengan keputusan yang paling sederhana yang dibuat oleh seseorang. Oleh karena itu, kebebasan adalah saudara kembar tanggungjawab.

Selanjutnya, dalam penerapannya seringkali timbul pertanyaan seberapa banyak penjual sehingga suatu pasar disebut pasar persaingan sempurna. Seberapa terdiferensiasi barang yang dijual sehingga disebut pasar bersaing monopolistik. Apa batasan beberapa penjual dalam definisi pasar oligopoli. Apakah pasar yang terdiri dari beberapa penjual, namun hanya satu penjual dominan yang menguasai 95% pangsa pasar, dapat dikatakan pasar monopoli atau pasar oligopoli?

Secara teknis, alat ukur yang dipakai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah rasio penguasaan pangsa pasar atau sering juga disebut *concentration ratio* (CR).¹⁰⁵ Biasanya pangsa pasar empat perusahaan terbesar dijumlahkan kemudian dihitung persentasinya terhadap total pasar, ini disebut 4-firm CR. Secara umum disebut N-firm CR, dimana N adalah jumlah perusahaan terbesar yang dihitung pangsa pasarnya.¹⁰⁶

¹⁰⁴ *Ibid.*, hlm. 374.

¹⁰⁵ Adiwarman Karim, 2010, *Ekonomi Mikro Islami edisi ketiga*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2010), hlm. 167.

¹⁰⁶ *Ibid.*, hlm. 168.

Kelemahan dari metode ini adalah ia tidak dapat menggambarkan perubahan pangsa pasar dari masing-masing perusahaan. Misalnya pangsa pasar empat perusahaan terbesar adalah 20%, di mana pangsa pasar masing-masing perusahaan adalah 10%, 5%, 3%, 2%. Sekarang katakanlah pangsa perusahaan terbesar menjadi 12% dan pangsa perusahaan kedua turun menjadi 3%, sehingga komposisinya menjadi 12%, 3%, 3%, 2%. Padahal CR tetap saja 20%. Kelemahan ini mendorong Herfindhal mengembangkan alat ukur lain yang disebut Herfindhal Index.

Herfindhal Index menghitung jumlah kuadrat pangsa pasar. Misalkan suatu pasar yang terdiri dari dua penjual dengan pangsa pasar masing-masing 50%. Herfindhal Index adalah $(0,5)^2 + (0,5)^2 = 0,5$. Secara matematis ditulis:¹⁰⁷

Dibandingkan dengan metode CR, metode ini dapat menggambarkan perubahan yang terjadi di masing-masing perusahaan. Kita coba dengan angka yang sama. Misalnya, pangsa pasar empat perusahaan terbesar adalah 20%, di mana pangsa pasar masing-masing perusahaan adalah 10%, 5%, 3%, 3%, 2%. Sekarang katakanlah pangsa pasar perusahaan terbesar naik menjadi 12% dan pangsa pasar perusahaan kedua turun menjadi 3%, sehingga komposisinya menjadi 12%, 3%, 3%, 2%.

¹⁰⁷*Ibid.*, hlm. 169.

Katakanlah 80% pangsa pasar sisanya dikuasai oleh 80 perusahaan masing-masing 1%.

d. Pasar Bersaing Sempurna¹⁰⁸

Dalam Pasar Bersaing Sempurna, secara teoritis penjual tidak dapat menentukan harga atau disebut *price taker*, di mana penjual akan menjual barangnya sesuai harga yang berlaku di pasar. Dalam kenyataannya, Pasar Bersaing Sempurna juga memiliki derajat yang berbeda-beda. Derajat yang paling ekstrem memang penjual tidak dapat menentukan harga sama sekali. Derajat akan semakin mendekati keekstreman bila hal-hal berikut ini terpenuhi:

- Ada banyak penjual
- Pembeli memandang barang sama saja (homogen, tidak terdiferensiasi)
- Ada kelebihan kapasitas produksi.

Semakin banyak penjual maka semakin banyak pilihan pembeli. Penjual yang harganya lebih tinggi tentu akan ditinggalkan pembeli. Hal inilah yang mendorong penjual untuk mengikuti saja harga yang berlaku dipasar (*price taker*).

Semakin homogen barang yang dijual berarti pembeli semakin tidak memiliki insentif mencari barang di penjual lain. Hal inilah yang mendorong penjual untuk menjual barangnya sama dengan harga yang

¹⁰⁸*Ibid.*, hlm. 170.

berlaku di pasar. Tidak ada alasan bagi pembeli untuk membayar lebih untuk barang yang sama.

Semakin banyak kelebihan kapasitas produksi berarti setiap kenaikan permintaan dapat dipenuhi tanpa membuat harga-harga naik. Hal inilah yang menahan penjual untuk tidak menaikkan harganya meskipun ada kenaikan permintaan. Bila ia menaikkan harganya, pembeli akan membelinya dari penjual lain yang juga memiliki kelebihan kapasitas.¹⁰⁹

Secara grafis, kurva permintaan digambarkan dengan garis horizontal, atau disebut elastis sempurna. Bila penjual menjual dengan cara harga di atas harga pasar, kuantitas permintaan nihil ($Q_d = 0$). Bila pembeli ingin membeli dengan harga di bawah harga pasar, penjual tidak mau menjual ($Q_d = 0$) karena ia dapat menjualnya dengan harga yang lebih baik yaitu pada harga pasarnya.

Titik optimal penjual terjadi ketika $MC = MR$. Karena bentuk kurva permintaan D berupa garis horizontal, maka kurva permintaan D berhimpit dengan kurva marginal revenue MR , dan dengan kurva average revenue AR . Sedangkan kurva penawaran S adalah juga kurva MC bertemu dengan kurva MR , dalam hal ini ketika $S = D$.

e. Pasar Bersaing Monopolistik¹¹⁰

Bila salah satu asumsi tentang pasar bersaing sempurna kita lepaskan, dalam hal ini asumsi tentang barang yang homogeny, maka kita

¹⁰⁹Adiwarman Karim, 2010, *Ekonomi Mikro Islami*, hlm. 169.

¹¹⁰Adiwarman Karim, 2010, *Ekonomi Mikro Islami edisi ketiga*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2010), hlm. 196.

akan mendapatkan jenis pasar lain, yakni pasar bersaing monopolistic. Terdeferensianya produk yang dijual memberikan peluang pada penjual untuk menjual barangnya dengan harga lebih tinggi ?berbeda dengann harga barang lain yang ada di pasar.

Secara lebih formal, *Edward Chamberlin* memperkenalkan istilah *monopolistic competition* di tahun 1993 dengan karakteristik sebagai berikut :

- 1) Ada banyak penjual, setiap penjual menganggap tindakan yang diambilnya tidak akan secara signifikan memengaruhi penjual lainnya. Misalnya bila satu penjual menurunkan harga baju dagangannya, tidak serta merta penjual lain akan bereaksi dengan menyesuaikan harga baju dagangannya.
- 2) Setiap penjual menjual produk terdeferensiasi. Produk A dikatakan berbeda dengan produk B bila dengan harga yang sama, ada sebagian pembeli yang lebih menyukai produk A, da nada sebagian yang lebih menyukai produk B. Diferensiasi ini dapat berupa *vertical differentiation*, misalnya keunikan produk pasta gigi tertentu terhadap merek lain, sehingga pembeli lebih menyukai produk A, Diferensiasi dapat berupa *horizontal differentiation*, misalnya keunikan toko B karena lebih mudah dijangkau, sehingga pembeli lebih menyukai produk B.

f. Pasar Monopoli

Pasar Monopoli yaitu suatu bentuk dimana hanya ada satu penjual atau perusahaan saja dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat. Kata monopoli berasal dari Bahasa Yunani yaitu *mono polein* yang artinya berjualan sendiri. Perusahaan atau orang yang menjual sendirian tersebut disebut *monopolist*. Satu kelompok perusahaan meskipun disebut sebagai *monopolist* juga dapat pula dinamakan dengan kartel¹¹¹.

Pasar monopoli adalah suatu bentuk interaksi antara permintaan dan penawaran di mana hanya ada satu penjual atau produsen yang berhadapan dengan banyak pembeli atau konsumen. Dalam pasar ini tidak ada pesaing yang dapat masuk, penyebabnya adalah sumber kunci dikuasai oleh suatu perusahaan tunggal. Pemerintah memberikan hak eksklusif bagi perusahaan tunggal untuk memproduksi atau menjual barang tertentu dan biaya-biaya produksi lebih efisien jika hanya satu produsen yang membuat produk itu. Contohnya PT Pertamina, PT PLN, PT Telkom dan lain-lainnya¹¹².

Pandangan islam mengenai keberadaan satu penjual di pasar (pasar monopoli) atau tidak adanya pesaing, bukanlah suatu hal yang terlarang. Namun perlu diketahui bahwa islam tidak membolehkan adanya *Iktikhar*. *Iktikhar* adalah mengambil keuntungan diatas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi (menimbun suatu barang). Abu Hurairah telah meriwayatkan hadits Nabi

¹¹¹Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa, 2012), hlm. 266.

¹¹²*Ibid*, hlm. 267.

SAW, yang artinya : “*Barang siapa yang melakukan iktikhar untuk merusak harga pasar naik secara tajam, maka ia berdosa*” (Riwayat Ibnu Majah dan Ahmad)¹¹³.

Secara lebih spesifik mazhab Syafawi dan Hambali mendefinisikan *iktikhar* sebagai : menimbun barang yang telah dibeli pada saat harga bergejolak untuk menjual dengan harga yang lebih tinggi pada saat dibutuhkan oleh penduduk.¹¹⁴ Ciri-ciri pasar monopoli adalah sebagai berikut:¹¹⁵

- 1) Tidak ada barang substitusi atau barang pengganti yang mirip. Maksudnya adalah barang yang dihasilkan oleh perusahaan monopoli tidak bisa digantikan oleh barang lain. Sehingga mau tidak mau masyarakat akan tetap membeli barang tersebut meskipun harganya mahal.
- 2) Hanya ada satu penjual di pasar. Barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan monopoli tidak dihasilkan atau dijual ditempat lain.
- 3) Perusahaan sebagai penentu harga (*price maker*). Perusahaan merupakan satu-satunya penjual di pasar, maka penentuan harga sepenuhnya menjadi hak perusahaan, hal itu juga didasari karena perusahaan adalah satu-satunya yang memproduksi suatu barang sehingga proses produksi serta pendistribusiannya hanya diketahui oleh perusahaan itu sendiri.

¹¹³ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami* hlm. 199.

¹¹⁴ *Ibid.*, hlm. 200.

¹¹⁵ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, hlm. 269.

- 4) Hambatan cukup kuat untuk masuk ke pasar monopoli. Hambatan ini merupakan factor kuat mengapa pasar monopoli terbentuk. Hambatan dapat berupa legalitas, yaitu dibatasi oleh peraturan atau undang-undang, hambatan teknologi yang digunakan sangat tinggi sehingga barang sulit untuk ditiru, atau hambatan modal, yaitu perlunya modal besar dalam memproduksi barang tersebut.

Kelebihan dan Kelemahan Pasar Monopoli adalah sebagai berikut:¹¹⁶

- 1) Kelebihan Pasar Monopoli. Pertama, apabila menikmati skala ekonomi, biaya produksi lebih murah daripada di firma pasar persaingan sempurna, dan tingkat produksi lebih besar.
- 2) Mutu barang semakin meningkat dan harganya semakin murah apabila perusahaan terus menerus melakukan pengembangan dan inovasi.
- 3) Kesejahteraan masyarakat dapat ditingkatkan apabila monopoli dapat terus menghasilkan barang yang lebih murah dan bermutu.
- 4) Keuntungan penjual cukup tinggi.

Sedangkan kelemahan Pasar Monopoli adalah:

- 1) Pembeli tidak ada pilihan lain untuk membeli barang.
 - 2) Keuntungan hanya terpusat pada satu perusahaan.
 - 3) Terjadi eksploitasi pembeli,
- g. Pasar Oligopoli

¹¹⁶ *Ibid.*, hlm. 270.

Oligopoli berasal dari bahasa Yunani yaitu *oligos* yang artinya beberapa dan *polein* yang artinya penjual. Secara sederhana oligopoli adalah pasar yang terdiri dari beberapa penjual. Dalam ilmu ekonomi, pasar oligopoli didefinisikan sebagai bentuk pasar yang terdiri dari beberapa produsen atau penjual yang menguasai penawaran. Penguasaan penawaran dalam pasar oligopoli dapat dilakukan secara independen atau sendiri-sendiri ataupun secara diam-diam bekerja sama.¹¹⁷ Pasar oligopoli dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :¹¹⁸

- 1) Pasar Oligopoli murni (*pure oligopoly*). Jenis pasar ini merupakan suatu bentuk praktek oligopoly dimana barang yang diperdagangkan bersifat identic, misalnya praktek oligopoly pada produk air mineral.
- 2) Pasar Oligopoli dengan pembedaan (*Differentiated Oligopoly*). Dalam praktek ini barang yang diperdagangkan bisa dibedakan, misalnya pasar sepeda motor di Indonesia yang dikuasai oleh beberapa produk terkenal seperti Honda, Yamaha, dan Suzuki.

Kelebihan dan Kelemahan Pasar Oligopoli adalah sebagai berikut:¹¹⁹

- 1) Kelebihan pasar oligopoli adalah terdapat sedikit penjual karena dibutuhkan dana investasi yang besar, jumlah penjual yang sedikit membuat penjual dapat mengendalikan harga dalam tingkat tertentu, dan bila terjadi perang harga, konsumen akan diuntungkan.

¹¹⁷ *Ibid.*, hlm. 272.

¹¹⁸ *Ibid.*, hlm. 273.

¹¹⁹ *Ibid.*, hlm. 274.

- 2) Kelemahan pasar oligopoli yakni terdapat rintangan yang kuat untuk masuk ke dalam pasar oligopoli, akan terjadi perang harga, dan produsen dapat melakukan kerjasama(kartel) yang pada akhirnya akan merugikan konsumen



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti¹²⁰ yakni pedagang. Dimana penelitian lapangan tersebut adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam.¹²¹ Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif. Yakni penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam.¹²² Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik bidang tertentu. Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia)¹²³ di mana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data dilakukan secara induktif.¹²⁴ Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *normative sosiologis*. Pendekatan normatif adalah penelitian hukum yang menggunakan data sekunder, sedangkan pendekatan sosiologis adalah penelitian hukum yang menggunakan sumber data primer.

¹²⁰Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), hlm. 32.

¹²¹Handari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University, 1991), hlm. 72.

¹²²Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 209.

¹²³Burhan Bungin (ed), *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 42.

¹²⁴Sugiono, *Metode.....*, hlm. 9.

Sesuai dengan judul yang peneliti buat maka penelitian ini akan dilakukan di pasar Gede Cilacap Jawa Tengah, yang berlokasi di Jl. RE Martadinata, kelurahan Tambakreja, kecamatan Cilacap Selatan, Kabupaten Cilacap Jawa Tengah.

B. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian.¹²⁵ Informan benar-benar mengetahui permasalahan yang diteliti pada pasar Gede tersebut, dalam hal ini pengelola pasar, konsumen pasar dan para pedagang muslim pasar Gede Cilacap.

C. Teknik Penentuan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.¹²⁶ Pemanfaatan informan bagi peneliti adalah untuk membantu agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang dapat dijangkau serta untuk menghindari terjadinya pengulangan data. Subjek dan informan dalam penelitian yang dimaksud adalah informan penelitian yang berfungsi untuk menjangkau sebanyak-banyaknya data dan informasi yang akan berguna bagi pembentukan konsep dan proposisi sebagai temuan penelitian.¹²⁷

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan “*social situation*” atau situasi sosial yang terdiri

¹²⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hlm. 97.

¹²⁶*Ibid.* hlm. 132.

¹²⁷Burhan Bungin (ed), *Metode.....*, hlm. 206

atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktifitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Situasi sosial tersebut, dapat dinyatakan sebagai obyek penelitian yang ingin diketahui “apa yang terjadi” di dalamnya. Pada situasi sosial atau obyek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktifitas orang-orang yang ada pada tempat tersebut.¹²⁸ Jadi populasi dalam situasi sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pedagang muslim Pasar Gede Cilacap.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hal ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan strata, random, atau daerah tetapi adanya tujuan tertentu. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.¹²⁹ Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tau tentang apa yang kita harapkan. Contohnya pengelola pasar, satpam pasar, pedagang muslim yang sudah sejak belasan tahun mengalami situasi sosial di pasar tersebut. Pemilihan sampel dengan *purposive sampling* bertujuan untuk memperoleh sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan penelitian ini. Dalam hal ini penulis mengambil sampel yang memenuhi kriteria, sebagai berikut:

1. Pedagang muslim yang berjualan lebih dari 10 tahun, sebagai informan inti;
2. Konsumen muslim daerah tersebut, sebagai informan verifikasi;

¹²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 215.

¹²⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 126

3. Pengelola pasar sebagai informan verifikasi.

Kriteria di atas dipandang cukup memenuhi pertimbangan dalam memilih responden yang akan dijadikan sampel dalam pengambilan data, karena mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga apa yang mereka ketahui bukan sekedar diketahui tetapi dihayati juga dilakukan dalam kegiatan sehari-hari.

D. Teknik Penelitian Data

Untuk menjawab rumusan masalah di atas juga meneliti data-data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu:

1. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati, serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.¹³⁰ Observasi akan dilakukan dengan cara mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan perilaku pedagang di pasar Gede Cilacap.

2. Wawancara atau *interview*

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau

¹³⁰Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hlm. 132.

keteranganketerangan.¹³¹ Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan para pedagang pasar Gede Cilacap. Dalam hal ini, wawancara sebagai metode untuk mencari data yang argumentatif dan menjelaskan sistem transaksi pada pasar, antara pedagang muslim dan konsumen di dalam menarik pelanggan sekaligus pembeli, yang kebanyakan sistemnya masih tradisional. Sistem ini perlu dikaji secara empirik langsung. Begitu juga dengan konsumen, pengelola, dan perangkat lain di dalam pasar tersebut. Dalam pendekatan terhadap pelaku-pelaku bisnis ini, perlu menggunakan wawasan yang luas dan ukuran yang tepat berdasarkan pengetahuan dan kemampuan mereka yang rata-rata dari golongan mampu dan ahli di bidangnya. Dalam proses ini, peneliti menerima kenyataan apa adanya dan seobjektif mungkin.

3. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹³² Dalam penelitian ini, dokumentasi di dapatkan dari arsip kantor pasar Gede Cilacap yang menunjang dalam penelitian.

E. Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas interbal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability*

¹³¹Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, Cet. 10, 2009), hlm. 70.

¹³²Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), hlm. 240.

(reliabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas).¹³³ Peneliti disini menggunakan uji kredibilitas data dengan cara triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.¹³⁴ Hal ini dilakukan dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara dan membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi serta membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹³⁵ Dalam proses analisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif adalah menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai perilaku pedagang muslim di pasar Gede Cilacap sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang langsung memberikan data pada pengumpul data, dan data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya

¹³³Sugiono, *Metode.....*, hlm. 270.

¹³⁴*Ibid*, hlm. 273.

¹³⁵*Ibid*, hlm. 244.

lewat orang lain atau dokumen.¹³⁶ Data hasil analisis tidak menggunakan angka-angka, tetapi dideskripsikan berdasarkan data hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang diyakini kevalidannya.

Analisis data akan dilakukan sejak data dikumpulkan. Bersamaan dengan pengumpulan data reduksi data dilakukan. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, menfokuskan pada hal-hal yang penting.¹³⁷ Dalam hal ini peneliti menfokuskan pada pengawasan pedagang muslim Pasar Gede Cilacap. Reduksi data dilakukan dengan cara identifikasi data, klasifikasi data dan kodefikasi data. Kemudian data dideskripsikan dan dianalisis secara seksama untuk dapat diambil kesimpulan.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

¹³⁶*Ibid*, hlm. 137.

¹³⁷*Ibid*, hlm. 247.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Pasar Gede Cilacap

1. Selayang Pandang Pasar Gede Cilacap

Apabila di Yogyakarta ada Pasar Beringharjo, maka masyarakat Cilacap memiliki Pasar Gede. Seperti Pasar Beringharjo, Pasar Gede merupakan pasar campuran antara modern dan tradisional. Betapa tidak, di tengah pasar tradisional ini berdiri kukuh mall bernama Borobudur Mall. Selain itu, Pasar yang berada di Kecamatan Cilacap Selatan ini juga dikenal sebagai pasar terbesar di kabupaten ini.¹³⁸

Pasar Gede menjadi kebanggaan masyarakat Cilacap. Betapa tidak, pasar ini memiliki bangunan seluas 13.357 m² yang dibangun di lahan seluas 20.000 m². Pasar yang memiliki tiga lantai tersebut diresmikan kembali pada tahun 2010 oleh Ketua DPRD Cilacap. Tiga lantai pada bagian depan diperuntukkan sebagai pasar modern, yaitu pusat perbelanjaan Borobudur. Lantai satu bagian belakang digunakan untuk pasar semi modern. Sementara itu, pada lantai dua bagian belakang dipergunakan untuk pasar tradisional.¹³⁹

Pasar Gede merupakan bangunan peninggalan bersejarah dari kolonial belanda, karena dianggap strategis bangunan ini kemudian

¹³⁸ Dikutip dari www.pewartaekbis.com pada 18 Januari 2017 jam 20.34 WIB.

¹³⁹ Wawancara dengan kepala unit pasar (Bapak suparman) pada tanggal 30 Desember 2016.

dijadikan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang biasa disebut pasar. Pada awal berdiri pasar ini sangat sederhana dan tergolong pasar tradisional. Hingga pada tahun 2001 pemerintah bekerjasama dengan para pedagang dan pihak ketiga yakni PT. Linggarjati untuk pembangunan pasar Gede Cilacap. Pasar tersebut berbatasan dengan kelurahan Donan untuk wilayah sebelah utara, sebelah selatan kelurahan Cilacap, dan sebelah Timur kelurahan Sidakaya.¹⁴⁰

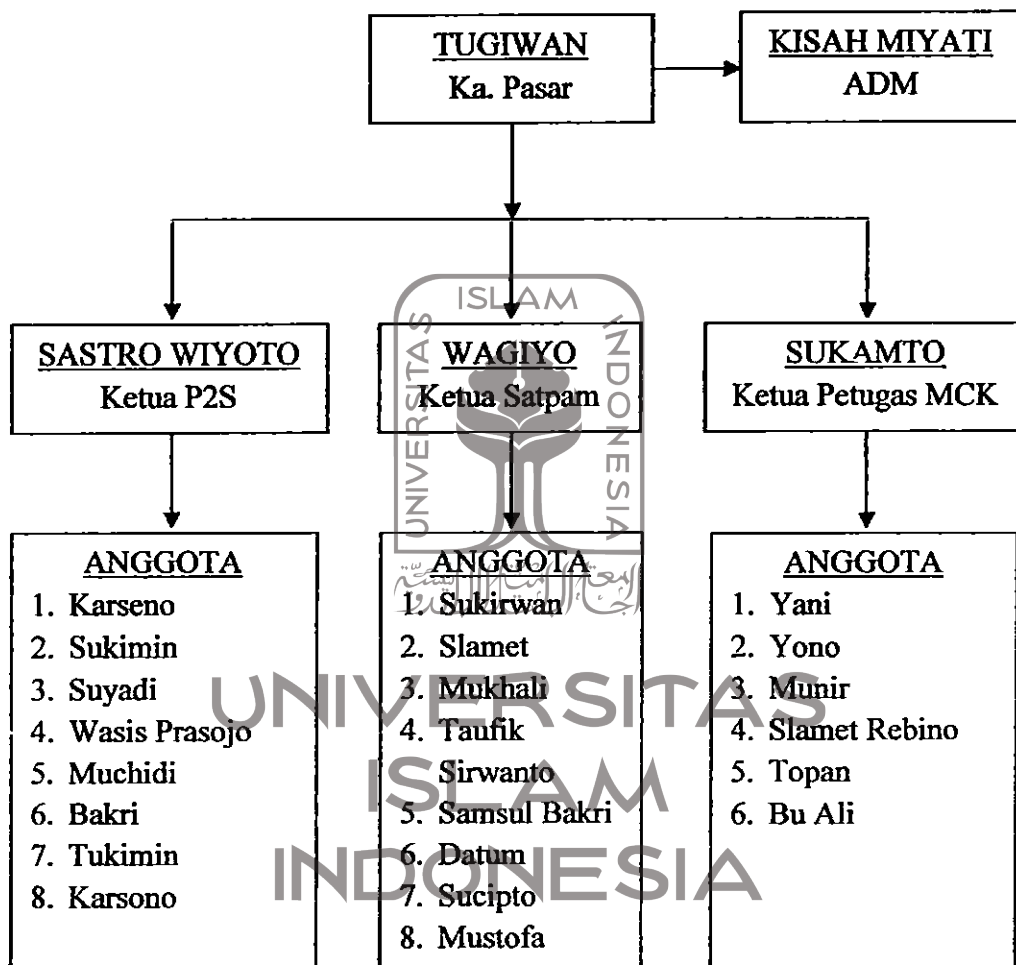
2. Kepemilikan dan Struktur Organisasi Pengelola Pasar Gede Cilacap

Hak kepemilikan Pasar Gede dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Cilacap yang memberikan kewenangan kepada Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Koperasi UMKM selanjutnya disingkat Disperindangkop UMKM Kabupaten Cilacap sebagai pihak yang bertanggung jawab mengurus aktifitas dan perkembangan Pasar Gede. Oleh Disperindangkop UMKM Kabupaten Cilacap tugas tersebut tidak diemban secara langsung dari kantor pusat melainkan melalui perwakilannya yaitu UPT pasar wilayah Cilacap Kota. UPT pasar wilayah Cilacap Kota membawahi 7 pasar dan salah satu dari pasar itu adalah pasar Gede. Akan tetapi, aktifitas administrasi pasar secara langsung ditangani oleh Kantor Pasar (yang merupakan lembaga di

¹⁴⁰ Wawancara dengan pengelola pasar (Pak Tugiwon) pada tanggal 2 Januari 2017.

bawah Kantor UPT) yang dikepalai oleh Bapak Tugiwon dan dibantu oleh petugas administrasi yaitu Ibu Kisah Miyati.¹⁴¹

Tabel 2. Struktur Organisasi Pengelola Pasar Gede Cilacap



Sumber : Disperindangkop Kabupaten Cilacap¹⁴²

¹⁴¹ Wawancara dengan kepala unit pasar (Bapak superman) pada tanggal 30 Desember 2016.

¹⁴² Wawancara dengan kepala unit pasar (Bapak Superman) pada tanggal 2 Januari 2017.

3. Sarana dan Prasarana Pasar Gede Cilacap

Sebagai salah satu tempat “perkumpulan” massa yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, terutama kebutuhan sandang dan pangan, maka sebuah pasar tidak dapat dilepaskan dari sarana dan prasarana yang ada di dalamnya. Sebab tanpa adanya sarana dan prasarana yang mendukung, maka kegiatan dalam lingkungan pasar akan terganggu atau bahkan tidak akan dapat berlangsung. Hal ini berlaku pada setiap pasar, termasuk salah satunya adalah Pasar Gede.

Sarana dan prasarana yang ada di Pasar Gede adalah sebagai berikut:¹⁴³

a. Tempat berjualan

1) Jumlah kios : 595 buah

2) Jumlah los : 57 buah

3) Jumlah luar los : 15 buah

b. Tempat beribadah : ada (Masjid Baitul Makmur)

c. Tempat parkir : ada 4 titik

d. TPS : 2 buah

¹⁴³ Wawancara dengan kepala unit pasar (Bapak Suparman) pada tanggal 2 Januari 2017.

4. Jumlah dan Jenis Bisnis Pedagang Pasar Gede Cilacap

Dari data yang diperoleh peneliti, jumlah pedagang yang ada di pasar Gede Cilacap adalah sebagai berikut:¹⁴⁴

- a. Pedagang kios berjumlah 356 orang
- b. Pedagang los berjumlah 317 orang
- c. Pedagang *emperan* berjumlah 15 orang

Dari jumlah 688 pedagang jenis usaha yang dijalankan beraneka ragam diantaranya yaitu, kelontong, buah, pecah belah/ gerabah, daging, tempe/tahu, roti/makanan, pakaian, telur, warung makan, bumbu, aksesoris, jasa, hasil bumi/sayur dan mainan. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 20 informan yang mewakili 688 pedagang di pasar Gede Cilacap, dengan jumlah informan penjual 10 orang dan informan pembeli 10 orang, digambarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Data Informan dan Jenis Bisnis Pedagang di Pasar Gede Cilacap

No	Nama Pedagang	Jenis Dagangan	JK	Lama Usaha
1	Informan A	Mainan	Laki-laki	25 tahun
2	Informan B	Ayam Potong	Perempuan	30 tahun
3	Informan C	Bakso	Perempuan	12 tahun
4	Informan D	Kelapa	Laki-laki	15 tahun
5	Informan E	Beras	Perempuan	14 tahun

¹⁴⁴ Wawancara dengan pengelola pasar (Pak Tugiwan) pada tanggal 2 Januari 2017.

6	Informan F	Pakaian	Laki-laki	15 tahun
7	Informan G	Nasi Sayur	Laki-laki	13 tahun
8	Informan H	Potong rambut	Laki-laki	13 tahun
9	Informan I	Sepatu sandal	Perempuan	20 tahun
10	Informan J	Hasil bumi	Perempuan	30 tahun

Sumber : Data olahan hasil wawancara.

Tabel 4. Data Informan Konsumen di Pasar Gede Cilacap

No	Nama Pembeli	Pendidikan	JK	Keterangan
1	Informan AA	SLTA	Perempuan	Asli
2	Informan BB	SLTA	Laki-laki	Asli
3	Informan CC	SLTA	Laki-laki	Asli
4	Informan DD	S1	Laki-laki	Asli
5	Informan EE	S1	Laki-laki	Asli
6	Informan FF	SLTA	Laki-laki	Pendatang
7	Informan GG	SLTA	Perempuan	Pendatang
8	Informan HH	SLTA	Perempuan	Asli
9	Informan II	S1	Perempuan	Asli
10	Informan JJ	S1	Perempuan	Asli

Sumber : Data olahan hasil wawancara.

B. Pemahaman Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Mengenai Etika Bisnis Islam

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para pedagang di pasar Gede Cilacap, peneliti mendapatkan hasil dari jawaban sepuluh informan yang berkaitan dengan pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam. Berdasarkan hasil penelitian yang berkenaan tentang pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam yang meliputi pedagang mainan, ayam potong, bakso, kelapa, beras, pakaian, nasi bungkus dan sayur, jasa potong rambut, sepatu sandal, dan hasil bumi, bahwa mereka memahami indikator etika bisnis Islam. Akan tetapi, para pedagang menjalankan usaha dagang atau jual beli menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam. Lima konsep kunci dalam etika bisnis menurut Rafik¹⁴⁵ yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, yaitu: keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebajikan. Etika bisnis Islam mengatur aktifitas ekonomi terutama dalam dunia perdagangan dengan nilai-nilai agama dan mengajarkan pelaku bisnis atau pedagang untuk menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan *syari'ah*.

Para pedagang di pasar Gede Cilacap dalam menjalankan aktivitas bisnis telah memahami barang-barang yang dilarang oleh agama Islam untuk diperjualbelikan. Barang-barang yang diperjualbelikan seperti bahan makanan

¹⁴⁵ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis*....., hlm. 32-44.

tidak mengandung unsur haram. Seperti yang dilakukan pedagang mie bakso, bahwa beliau tidak mencampurkan bahan makanan dengan minyak babi.¹⁴⁶

Dalam menjalankan aktivitas usaha dagang yang dilakukan para pedagang di pasar Gede Cilacap semata-mata untuk mencari berkah dari Allah SWT. informan meyakini segala aktivitas transaksi yang dilakukannya di amati oleh Allah SWT. Dengan begitu mereka selalu berhati-hati menjaga perilaku dalam menjalankan perdagangan. Bentuk ketakwaan dalam menjalankan usahanya selalu menyertakan niat ibadah, dan sebelum berangkat berdagang selalu membaca basmalah terlebih dahulu dan berniat berdagang untuk menafkahi keluarganya supaya menjadikan keberkahan tersendiri dalam menjalankan usaha dan keberkahan dalam keluarganya.¹⁴⁷ Bisnis yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan keluarga adalah hal yang dianjurkan oleh agama Islam. Bekerja dengan tujuan mendapatkan kebahagiaan duniawi dan juga diniati untuk bekerja sebagai ibadah demi mendapatkan kebahagiaan ukhrawi. Karena kebahagiaan ukhrawi lebih kekal dari pada kebahagiaan duniawi.

Sebagaimana yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan perniagaannya, dalam hal ini beliau memiliki keistimewaan, beliau menjalankan usahanya tersebut semata-mata demi mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari, bukan untuk menjadi seorang jutawan. Hal ini dikarenakan beliau tidak pernah memperlihatkan kecintaan yang sangat besar terhadap harta kekayaan. Karena saat itu berdagang (berbisnis) merupakan

¹⁴⁶ Wawancara dengan informan C pedagang bakso pada tanggal 6 Januari 2017.

¹⁴⁷ Wawancara dengan informan A pedagang mainan pada tanggal 3 Januari 2017.

satu-satunya pekerjaan yang mulia yang tersedia baginya pada saat itu. Pada prinsipnya keuntungan besar bukan merupakan satu wujud keberhasilan seorang pebisnis dalam usahanya tersebut, namun keberhasilan yang sesungguhnya terletak pada rasa menerima apa yang telah diberikan oleh Allah SWT kepada seseorang sebagai bekal hidup di dunia, namun tetap tak melupakan mencari bekal hidup untuk akhiratnya.¹⁴⁸

Pemahaman para pedagang yang meliputi sepuluh informan mengenai kejujuran dalam menjalankan usaha harus ada, karena kejujuran merupakan kunci mencapai derajat yang lebih tinggi baik secara materi maupun di sisi Allah SWT. Bukan hanya itu saja kejujuran merupakan tonggak utama untuk menjalankan sebuah usaha supaya para konsumen tetap terus terjaga untuk bisa kembali lagi kepada pedagang tersebut, dan meningkatkan pembelian dari sebelumnya. Seperti yang dilakukan oleh informan F seorang pedagang pakaian. Menurut beliau arti kejujuran sangat penting, karena kejujuran akan membawa rizki. Kalau kita berlaku jujur pastilah kebaikan yang akan menyertai kita, dan pembelipun akan percaya kepada kita.

Selanjutnya mengenai pemahaman tentang keadilan yang dilakukan oleh para pedagang ditunjukkan dengan memberikan pelayanan. Seperti yang dilakukan oleh informan C¹⁴⁹ pedagang bakso, beliau mendahulukan pembeli yang datang terlebih dahulu atau sesuai dengan antrian. Bentuk keadilan yang dilakukan oleh pedagang lain berupa membedakan harga yang kualitasnya tinggi dengan kualitas barang yang rendah. Dengan sikap secara adil kepada

¹⁴⁸ Johan Arifin, *Etika Bisnis*....., hlm. 162.

¹⁴⁹ Wawancara dengan informan C pedagang bakso pada tanggal 6 Januari 2017.

pembeli akan merasakan kepuasannya karena tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya, semuanya harus merasakan keadilan.

Mengenai sikap tanggung jawab, para pedagang bertanggungjawab atas perjanjian yang telah mereka sepakati dengan pembeli, misalnya ketika pembeli memesan barang dagangan para pedagang memenuhi pesanan tersebut. Menurut informan G¹⁵⁰ pedagang nasi bungkus dan sayur berkata” sebuah pesanan adalah sebuah amanah atau tanggung jawab, saya harus memenuhinya dan tidak mengecewakan pembeli”. Namun, masih ada pedagang yang tidak bisa menepati janji dengan alasan bahwa stok barang tersebut sudah habis. Selain itu, para pedagang bertanggung jawab atas kualitas barang yang dijual. Para pedagang siap mengganti barang dagangannya yang telah dibeli pembeli ketika ada yang cacat atau rusak. Sikap tanggung jawab harus tertanam pada diri seorang pedagang muslim dalam menjalankan segala aktivitasnya sehari-hari, agar memberikan manfaat diantaranya para pembeli yang akan datang kembali saat membutuhkan, baik menjual atau membeli barang yang baru.

Dalam menghadapi persaingan bisnis, para pedagang memberi kebebasan pedagang lain untuk membuka dagangan di dekatnya. Bahkan para pedagang di pasar tradisional menganggap pedagang lain sebagai teman, tak jarang mereka sering bertanya dalam menentukan harga barang yang mereka jual. Menurut semua informan meyakini bahwa rejeki yang akan mereka dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT dan tidak akan pernah tertukar tanpa

¹⁵⁰ Wawancara dengan informan C pedagang bakso pada tanggal 6 Januari 2017.

harus merugikan pedagang lain. Seperti informan A¹⁵¹ pedagang mainan, “harus senantiasa qona’ah dalam hal apapun, bahwasannya rizki datang dari Allah, dan Allah pun berhak mengambilnya kapanpun.”

Dengan demikian, gambaran tentang pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam di Pasar Gede Cilacap dapat disimpulkan bahwa secara deskriptif para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam.

Tabel 5. Pemahaman Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Perspektif Etika Bisnis Islam

No	Item Etika Bisnis Islam	Sangat Paham	Paham	Tidak Paham
1	Keesaan	10	0	
2	Keseimbangan	10	0	
3	Kehendak bebas	9	1	
4	Tanggungjawab	8	2	
5	Kebajikan	10	0	

Sumber : Data olahan hasil wawancara.

¹⁵¹ Wawancara dengan informan A pedagang mainan pada tanggal 3 januari 2017.

C. Perilaku Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Perspektif Etika Bisnis Islam

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para pedagang dan konsumen di Pasar Gede Cilacap, tentang perilaku pedagang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Keesaan

Dicerminkan dalam konsep tawhid yang merupakan dimensi vertikal Islam. Konsep keesaan menggabungkan ke dalam sifat homogen semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan seorang muslim, yakni ada ekonomi, politik, agama, dan masyarakat, serta menekankan gagasan mengenai konsistensi dan keteraturan.¹⁵²

Prinsip tauhid yang ditunjukkan oleh informan-informan tersebut bahwa mereka dalam menjalankan usahanya selalu menyertakan niat ibadah, dan sebelum berangkat berdagang selalu membaca basmalah terlebih dahulu dan berniat berdagang untuk menafkahi keluarganya supaya menjadikan keberkahan tersendiri dalam menjalankan usaha dan keberkahan dalam keluarganya.¹⁵³

Selain itu perilaku ketakwaan yang ditunjukkan dengan menjalankan shalat tepat waktu. Mereka berusaha meninggalkan barang dagangannya ketika mendengar suara adzan yang berkumandang. Menurut mereka setelah melaksanakan kewajiban kita kepada Allah SWT hati

¹⁵² Rafik Issa Beekum, *Etika*....., hlm. 3.

¹⁵³ Wawancara dengan informan G pedagang nasi bungkus dan sayur pada tanggal 6 Januari 2017.

merasa tenang dan tidak ada beban sama sekali.¹⁵⁴ Sedangkan pedagang C lebih memilih menunda waktu sholat dengan alasan pada waktu-waktu tertentu sedang ramai pengunjung, misalnya pada saat masuk waktu zduhur, berbarengan dengan jam istirahat para pekerja disekitar pasar gede Cilacap.¹⁵⁵ Menurut peneliti mereka tidak lalai dalam menjalankan kewajiban sholat, karena bersegera menunaikan kewajiban sholat akan mendapatkan keutamaan keuntungan akhirat daripada keuntungan dunia.

Seperti firman Allah dalam surat An Nuur ayat 37 sebagai berikut:

رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ
يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَلَا يَبْصُرُونَ

Artinya: Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.¹⁵⁶

Sebagai seorang pedagang muslim memang sudah seharusnya tidak menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka harus menghentikan aktivitas bisnisnya, begitu pula dengan kewajiban-kewajiban yang lain. Seorang pedagang muslim hendaknya tidak melalaikan kewajiban agamanya dengan alasan kesibukan perdagangan.

¹⁵⁴ Wawancara dengan informan B pedagang ayam potong pada tanggal 3 Januari 2017.

¹⁵⁵ Wawancara dengan informan AA salah satu konsumen pada tanggal 9 Januari 2017.

¹⁵⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*....., hlm. 283.

Sesuai maqashid syariah sebagai doktrin, maka ada lima kepentingan yang harus dilindungi: agama, jiwa, akal, harta dan keturunan. Untuk menyelematkan agama, Islam mewajibkan beribadah sekaligus melarang hal-hal yang merusaknya.¹⁵⁷

Pedagang yang mengindahkan norma-norma Al-Qur'an tidak akan melalaikan tugasnya kepada Allah lantaran mengurus dan melakukan aktifitas perdagangan. Selain itu, pedagang yang berbekal kecerdasan spiritual perilaku pedagang tidak akan menyimpang dari aturan agama Islam dalam praktek bisnis seperti menjual barang haram dan penimbunan barang tertentu dengan maksud untuk mendapatkan untung yang banyak, dan para pedagang di pasar Gede Cilacap memahami kategori barang yang haram diperdagangkan dalam Islam.

Para pedagang di pasar Gede Cilacap bekerja sangat giat, mereka memulai aktifitas berdagangnya sejak pagi hingga siang bahkan sampai sore. Mereka berharap dengan bekerja dapat mencukupi kebutuhan keluarga. Selain itu disamping untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, mereka tidak lupa untuk berbagi kepada sesama, dengan menyisihkan pendapatannya memberikan sedekah kepada yang membutuhkan dan juga membayar zakat. Para pedagang percaya dengan mengeluarkan sebagian rizki yang mereka dapatkan Allah SWT akan mengganti dengan kemuliaan di dunia maupun akhirat. Membantu sesama menjadi keinginan mereka untuk melihat orang lain menjadi lebih baik. Perilaku tersebut

¹⁵⁷ Yudian Wahyudi, *Hukum Islam antara Filsafat dan Politik*, (Yogyakarta: Pesantren Nawasea Press, 2015), hlm. 64.

menunjukkan bahwa para pedagang tidak hanya mementingkan diri sendiri tetapi juga mementingkan lingkungan sekitar.

Motivasi nabi Muhammad SAW dalam menjalankan usaha semata-mata demi mencukupi kebutuhan sehari-hari, bukan untuk menjadi jutawan. Beliau tidak pernah memperlihatkan kecintaan yang sangat besar terhadap harta kekayaan. Hal itu membuktikan bahwa beliau mencukupi kebutuhan duniawi secukupnya saja, dan tidak pernah melupakan akan pentingnya mempersiapkan bekal untuk hidup di akhirat kelak.¹⁵⁸

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang sudah sesuai dengan prinsip keesaan. Jangan seperti yang dilakukan orang-orang di masa Rasulullah begitu cinta kepada perdagangan yang cenderung melebihi kecintaan kepada Allah dan rasulnya sehingga mereka tega meninggalkan Rasulullah yang sedang berkhotbah karena menyambut kafilah pedagang yang baru datang.¹⁵⁹

2. Keseimbangan¹⁶⁰

Menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Menurut Rafik sifat keseimbangan ini lebih dari sekedar karakteristik alam, ia merupakan karakter dinamik yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan keseimbangan dan kesetaraan

¹⁵⁸ Johan Arifin, *Etika Bisnis*....., hlm. 162.

¹⁵⁹ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm.

¹⁶⁰ Rafik Issa Beekum, *Etika*....., hlm. 36.

ditekankan Allah SWT. ketika ia menyebut kaum muslim sebagai *ummatun wasatun*. Untuk menjaga mereka yang berpunya dan mereka yang tak berpunya, Allah SWT. menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan. Penerapan konsep keseimbangan dalam etika berlaku baik secara harfiah maupun kias dalam dunia bisnis. Sebagai contoh, Allah SWT. dalam surat al-Israa' ayat 35 memperingatkan para pengusaha muslim untuk:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ بِالْقَيْسِ طَائِسِ الْمُتَقِيمِ ۚ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya: Sempurnakanlah takaranmu apabila kamu menakar dan timbanglah dengan neraca yang benar: itulah yang lebih utama dan lebih baik akibatnya.¹⁶¹

الْبَيْعُ الْأَشَدُّ الْأَنْصَرُ

Prinsip keseimbangan (keadilan) yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Gede Cilacap berupa para pedagang dengan memberitahu tentang spesifikasi dari barang yang akan dijual kepada pembeli. Dari informan yang peneliti¹⁶² temui tidak menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan kepada calon pembeli atau pembeli. Sebagai tambahan mereka memberikan saran kepada pembeli agar para pembeli mengetahui kondisi barang yang akan dibeli, agar mengetahui alasan menawarkan harga yang berbeda, juga agar pembeli tidak bingung untuk memilih barang yang diinginkan. Seperti yang dilakukan informan I pedagang sepatu sandal, “saya memberitahu kelebihan dan kelemahan atas

¹⁶¹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an*, hlm. 198.

¹⁶² Wawancara dengan informan I pada tanggal 3 Januari 2017.

barang yang dijual, karena dengan saya menjelaskan tentang barang yang saya tawarkan pembeli tidak akan kesulitan dalam menawar barang tersebut”.¹⁶³

Sebuah informasi merupakan hal yang sangat pokok yang dibutuhkan oleh setiap pembeli karena dengan kelengkapan suatu informasi sangat menentukan bagi pembeli untuk menentukan pilihannya. Sebagai seorang pedagang terutama pedagang muslim tidak boleh mengada-gada informasi tentang barang yang dijual agar para pembeli tidak merasa kecewa terhadap barang yang dibelinya.

Sedangkan informan D¹⁶⁴ pedagang ampas kelapa dan informan J¹⁶⁵ pedagang hasil bumi bentuk keadilan ditunjukkan dengan adil dalam menakar atau menimbang, misalnya ketika mereka menakar atau menimbang barang yang dijual tidak melakukan pengurangan atau penambahan. Informan D dan informan J berusaha bersikap adil terhadap takaran atau timbangan. Mereka mengetahui dengan mengurangi timbangan atau takaran termasuk perbuatan yang dilarang karena perbuatan seperti itu merugikan orang lain.

Sementara perilaku adil yang diwujudkan informan H¹⁶⁶ jasa potong rambut dengan ukuran disesuaikan kesulitan model potongan yang diinginkan konsumen. Selain itu, bentuk keadilan lain oleh informan C, pedagang bakso dan informan G pedagang nasi bungkus dan sayur,

¹⁶³ Wawancara dengan informan I pedagang sepatu sandal pada tanggal 3 Januari 2017.

¹⁶⁴ Wawancara dengan informan D pedagang ampas kelapa pada tanggal 3 Januari 2017.

¹⁶⁵ Wawancara dengan informan J pedagang hasil bumi pada tanggal 6 Januari 2017.

¹⁶⁶ Wawancara dengan informan H jasa potong rambut pada tanggal 30 Desember 2016.

mereka mengartikan keadilan dengan mendahulukan pelanggan yang membeli barang dagangan. Hal itu menurut peneliti termasuk kategori adil karena pengertian adil adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya.

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Sebagaimana Allah SWT berfirman:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿١٦٧﴾

Artinya: dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.¹⁶⁷

Menurut peneliti perilaku para pedagang sudah sesuai dengan prinsip keseimbangan atau keadilan dalam menjalankan transaksi jual beli. Prinsip keseimbangan atau keadilan yang dilakukan oleh para pedagang sepatutnya harus dijalankan agar hak-hak seorang pembeli akan terpenuhi.

3. Kehendak bebas¹⁶⁸

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT. menurunkannya ke bumi dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT. Berdasarkan konsep kehendak bebas, manusia memiliki kebebasan untuk

¹⁶⁷ Departemen Agama RI, *Al Qur'an*, hlm. 198.

¹⁶⁸ Rafik Issa Beekum, *Etika*....., hlm. 38.

membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Seorang muslim yang telah menyerahkan hidupnya pada kehendak Allah SWT, akan menepati semua kontrak yang telah dibuatnya.

Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat sendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan dimuka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah SWT semata.¹⁶⁹

Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan sepuluh informan dengan memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya serta tidak memberikan harga dibawah harga standar untuk menarik pembeli. Sebagaimana yang dilakukan oleh informan B¹⁷⁰ pedagang daging ayam potong, beliau memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya dan dalam menetapkan harga sesuai dengan harga di pasaran. Seperti yang dikatakan beliau “jika teman saya menjual ayam Rp. 28.000/Kg, maka saya akan mengikuti harga tersebut”. Beliau percaya bahwa rejeki yang akan mereka dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT tanpa harus merugikan pedagang lain. Untuk informan G pedagang nasi bungkus dan sayur, beliau pernah menjual harga lebih rendah karena waktu sudah sore dan barang dagangannya tidak tahan lama. Maka beliau menawarkan harga yang lebih rendah, agar segera habis.

¹⁶⁹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an*, hlm. 141.

¹⁷⁰ Wawancara dengan informan B pedagang ayam potong pada tanggal 3 Januari 2017.

Selain contoh perilaku diatas sepuluh dari informan pedagang mengartikan tidak memaksa pembeli. Para pedagang memberi kebebasan kepada pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera dan mendapat kualitas barang sesuai dengan harga yang ditetapkan dan disepakati. Seperti contoh yang dilakukan oleh informan F pedagang pakaian, beliau memberikan kebebasan kepada pembeli dalam menawar barang yang telah dipilihnya, namun hal tersebut harus didasari tanggung jawab antara kedua belah pihak, agar tidak terjadi ketimpangan dalam bertransaksi dan kedua belah pihak sama-sama rela.¹⁷¹ Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT QS. An-Nisaa': 84 sebagai berikut:¹⁷²

فَقَاتِلْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا تُكَلَّفُ إِلَّا نَفْسُكَ وَخَرَضِ الْمُؤْمِنِينَ عَسَى اللَّهُ أَنْ يَكُفَّ بَأْسَ الَّذِينَ كَفَرُوا وَاللَّهُ أَشَدُّ بَأْسًا وَأَشَدُّ تَنكِيلًا

Artinya: Maka berperanglah kamu pada jalan Allah, tidaklah kamu dibebani melainkan dengan kewajiban kamu sendiri.¹⁷³ Kobarkanlah semangat Para mukmin (untuk berperang). Mudah-mudahan Allah menolak serangan orang-orang yang kafir itu. Allah Amat besar kekuatan dan Amat keras siksaan(Nya).

Perilaku memaksa pembeli sangat dilarang, hal tersebut dijelaskan dalam UU N0.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada Pasal 15, menyatakan bahwa “pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau

¹⁷¹ Wawancara dengan informan F pedagang pakaian pada tanggal 30 Desember 2016.

¹⁷² Departemen Agama RI, *Al Qur'an* , hlm. 72.

¹⁷³ Perintah berperang itu harus dilakukan oleh Nabi Muhammad s.a.w karena yang dibebani adalah diri beliau sendiri. ayat ini berhubungan dengan keengganan sebagian besar orang Madinah untuk ikut berperang bersama Nabi ke Badar Shughra. Maka turunlah ayat ini yang memerintahkan supaya Nabi Muhammad s.a.w. pergi berperang walaupun sendirian saja.

jasa yang dilarang melakukan pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.”¹⁷⁴

Perlu disadari oleh setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia di bimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasari pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya. Oleh karena itu ” kebebasan memilih” dalam hal apa pun, termasuk dalam bisnis.¹⁷⁵

Menurut Beekun, apabila kelima konsep kunci yang membentuk sistem etika Islam tersebut diterapkan, maka implikasinya adalah manusia tidak dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis karena manusia selalu mengikuti aturan perilaku yang sama dan satu, karena manusia hanya takut dan cinta kepada Allah SWT., sehingga dalam setiap perilaku ekonominya manusia akan bersikap adil dan setara, meskipun manusia mempunyai kebebasan dalam bertindak. Tetapi dalam hal ini manusia harus mempertanggungjawabkan segala perilaku yang diperbuatnya dan semua perilaku ekonominya harus selalu dalam kerangka mencari kebaikan atau kebajikan.¹⁷⁶

4. Tanggungjawab¹⁷⁷

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia

¹⁷⁴ Dikutip dari www.radioprssni.com jam 20.00 WIB. tanggal 10 Februari 2017.

¹⁷⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*....., hlm. 16.

¹⁷⁶ Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, Herdon Virginia, (USA: International Institute of Islamic Thought, 1997-1418), hlm. 43.

¹⁷⁷ *Ibid.*, hlm. 40.

perlu mempertanggungjawabkan tindakanya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

Dari data yang diperoleh peneliti para pedagang sebagian masih belum bisa menepati janji. Adapun ketidaktepatan janji yang dilakukan oleh informan E pedagang beras berupa ketidaktepatan waktu yang dijanjikan kepada konsumen karena stok barang dagangannya abis. Berbeda dengan delapan informan, mereka berusaha untuk memenuhi janji sesuai kesepakatan dengan pembeli baik pemesanan lewat sms atau sosial media. Sebelum para pedagang menyepakati perjanjian selalu memastikan kepada pembeli mengenai ketepatan waktu penyerahan barang dan ketepatan waktu pembayaran. Sebagaimana yang dikatakan informan C pedagang bakso “ketika ada pesanan saya berusaha untuk memenuhi sesuai kesepakatan dan saya tidak mengurangi bumbu atau bahkan menambahkan bahan lain yang membahayakan kesehatan.”¹⁷⁸

Menepati janji sebagai sebuah tanggungjawab yang harus dipenuhi sebagaimana yang disampaikan oleh responden G pedagang nasi bungkus dan sayur. Janji ibarat sebuah hutang yang harus dibayar, bila janji tidak dilaksanakan sama halnya seperti ciri-ciri orang munafik yakni ketika berjanji berdusta, ketika berbicara berbohong dan ketika diberi amanah

¹⁷⁸ Wawancara dengan semua informan pada tanggal 30 Desember 2017, kemudian tanggal 3 dan 6 Januari 2017.

khianat. Seorang pebisnis harus senantiasa menjaga amanah yang dipercaya kepadanya.

Sikap pertanggungjawaban diartikan juga oleh para pedagang sebagai pertanggungjawaban kepada produk yang dijual. Menjadi seorang wirausaha muslim juga memiliki tanggungjawab kepada orang lain. Tanggungjawab dalam hal bisnis dapat dilihat ketika seorang penjual memberikan barang pengganti ketika barang dagangannya ada yang rusak atau kurang baik. Mereka akan dengan senang hati mengganti barang tersebut dengan barang yang lebih baik atau menukarnya dengan uang sejumlah barang yang rusak jika tidak ada barang yang sama yang dipilih pembeli. Sebagaimana yang dilakukan oleh informan F pedagang pakaian siap mengganti pakaian atau barang yang dijual dengan pakaian atau barang dagangan dengan yang baru karena barang tersebut memang rusak sejak awal bukan karena kesalahan pembeli. Sedangkan untuk pedagang sepatu atau sandal dan pedagang mainan, bentuk tanggungjawabnya berupa kelayakan pakai kepada konsumen yang membeli barang tersebut, jika ada yang rusak atau cacat pada barang dagangan. Barang yang rusak tersebut akan dikembalikan kepada produsen dan ditukar kembali dengan barang yang baru. Akan tetapi jika tak ada pilihan yang lain pedagang mengganti atau mengembalikan uang tersebut. Dari wawancara dengan sepuluh informan mengatakan bahwa mereka akan mengganti barang yang dijualnya jika barang tersebut memang cacat dari awal melakukan

transaksi jual beli atau menukarnya dengan uang sejumlah barang yang rusak.¹⁷⁹

Bentuk tanggungjawab yang dilakukan oleh pedagang makanan berupa mengenai makanan yang halal dikonsumsi terutama masyarakat muslim, kualitas makanan layak untuk dikonsumsi dan mengenai tanggal batas. Seperti yang dilakukan oleh informan B pedagang daging ayam potong, beliau selalu menjaga kualitas dagangannya yang berasal dari ayam segar dan sebelum daging ayam potong dipasarkan beliau menyortir terlebih dahulu. Akan tetapi informan J pedagang hasil bumi tidak terlalu memperhatikan kelayakan barang yang dijual karena beliau tidak menyortir barang dagangan dari *suplier*.

5. Kebajikan¹⁸⁰

Menurut Beekun kebajikan atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai “tindakan yang menguntungkan orang lain dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apa pun”. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

Dari data yang diperoleh peneliti bentuk kebajikan dilaksanakan dengan kemurahan hati yaitu dengan memberikan tenggang waktu pembayaran jika pembeli belum dapat membayar kekurangan. Hasil

¹⁷⁹ Wawancara dengan semua informan pada tanggal 30 Desember 2017, kemudian tanggal 3 dan 6 Januari 2017.

¹⁸⁰ Rafik Issa Beekun, *Etika Bisnis*....., hlm. 43.

wawancara dengan sepuluh informan yang melakukan kemurahan hati dengan memberi tenggang waktu hanya lima informan sedangkan yang lain tidak memberi tenggang waktu. Sebagaimana yang dilakukan informan J pedagang hasil bumi, beliau memberi tangguhan waktu apabila pembeli tidak dapat membayar secara tunai. Beliau percaya kepada pembeli bahwa pembeli akan membayarnya. Tetapi beliau dalam memberikan tangguhan memilih orang yang beliau percaya dan melihat karakter pembeli seperti pembeli yang sudah menjadi langganan beliau. Perilaku yang dilakukan informan J pedagang hasil bumi diikuti oleh informan E¹⁸¹ pedagang beras, beliau bagi pembelinya membayar kekurangan tersebut tanpa memaksa harus dilunasi hari itu juga. Menurut beliau, hal seperti itu merupakan perbuatan yang baik karena dapat membantu orang lain dalam memenuhi kebutuhannya. Tak jarang beliau menyuruh pembeli itu untuk tidak membayar kekurangan itu, asal pembeli itu benar-benar orang yang tak mampu. Bentuk lain dari prinsip kebajikan yang dilakukan oleh pedagang berupa keramahan kepada calon pembeli. Sepuluh responden bersikap ramah kepada pembeli baik yang sudah dikenal atau pelanggan baru di pasar tersebut. Walaupun tidak jarang ada pembeli yang tidak ramah, bahkan suka membanding-bandingkan harga dengan pedagang lain sepuluh informan tersebut selalu sabar dan bersikap ramah karena pembeli adalah raja.

¹⁸¹ Wawancara dengan informan E pedagang beras pada tanggal 3 Januari 2017.

Menurut peneliti, memang sudah seharusnya para pedagang melayani dengan baik dan bersikap ramah. Dengan bersikap ramah tamah dan sopan kepada pembeli tak segan-segan calon pembeli akan mampir walaupun untuk sekedar liat-liat bahkan untuk membeli barang dagangan. Sebaliknya, jika penjual bersikap kurang ramah, apalagi kasar dalam melayani pembeli, justru mereka akan melarikan diri, dalam arti tidak mau kembali lagi. Dalam hubungan ini bisa direnung, firman Allah SWT dalam surat Ali 'Imron ayat 159 yang berbunyi:¹⁸²

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِنْ لَّمْ يَكُنْ لَّهُمْ خُلَاطَاءُ لَعَلَّهُمْ زُرَّاهُمْ وَتَوَلَّوْا مُدْبِرِينَ
 حَوْلَكَ فَأَعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu.¹⁸³ kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Dari pemaparan diatas perilaku pedagang di pasar Gede Cilacap yang meliputi sepuluh informan telah sesuai dengan prinsip etika bisnis yaitu keesaan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebijakan. Dengan menggunakan prinsip-prinsip tersebut akan menjadikan

¹⁸² Departemen Agama RI, *Al Qur'an*, hlm. 56.

¹⁸³ Maksudnya: urusan peperangan dan hal-hal duniawiyah lainnya, seperti urusan politik, ekonomi, kemasyarakatan dan lain-lainnya.

suatu bisnis atau perdagangan yang dijalankan oleh setiap pelakunya akan meraih kesuksesan baik kesuksesan di dunia maupun di akhirat.

Untuk melihat perilaku pedagang muslim pasar Gede Cilacap dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 6. Perilaku Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap

Perspektif Etika Bisnis Islam

No	Item Etika Bisnis Islam	Melakukan	Tidak melakukan
1	Keesaan	9	1
2	Keseimbangan	8	2
3	Kehendak bebas	10	0
4	Tanggungjawab	10	0
5	Kebajikan	10	0

Sumber : Data olahan hasil wawancara.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai perilaku pedagang muslim di pasar Gede Cilacap dalam perspektif etika bisnis Islam, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pemahaman pedagang muslim di pasar Gede Cilacap mengenai etika bisnis Islam disimpulkan, bahwa secara teoritis para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka memahami aturan yang telah diatur oleh agama Islam.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang muslim di pasar Gede Cilacap dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang meliputi prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya diwujudkan oleh pedagang meliputi menjalankan waktu shalat wajib tepat waktu, bersedekah dan niat bekerja untuk ibadah telah dilaksanakan para pedagang, namun masih banyak pedagang yang tidak tepat waktu dalam menjalankan ibadah shalat wajib. Para pedagang adil dalam timbangan atau takaran dan keseimbangan menjaga lingkungan sekitar dan tidak menyembunyikan cacat. Kebebasan pedagang baru yang ingin berjualan di dekatnya dan tidak memaksa pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan pembeli, semua pedagang telah mewujudkan

perilaku tersebut. Para pedagang juga bertanggung jawab dengan menepati janji terhadap kualitas barang dagangan, tindakan seperti itu telah dilakukan para pedagang, namun masih ada pedagang yang, tidak bisa menepati janji. Para pedagang mewujudkan kebajikan dengan bersikap ramah dan sabar. Selain itu, bentuk kebaikan diwujudkan dengan memberikan waktu tenggang pembayaran dan memberikan bonus kepada pembeli, perilaku tersebut telah dilakukan para pedagang. Namun, sebagian perilaku pedagang muslim di pasar Gede Cilacap ada yang tidak memberi waktu tenggang pembayaran kepada pembeli.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain yang atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi pedagang di pasar Gede Cilacap diharapkan dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang di jalankan setiap hari tetap memegang teguh nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam, yang dalam hal ini tertuang dalam lima aksioma etika bisnis Islam dalam kondisi apapun.
2. Studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq., 2001, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta, Pustaka Al Kautsar.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa., 2009, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Amalia, Fitri., 2014, "Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil", *Al-Iqtishad*, Vol. VI, No. 1, bulan Januari tahun 2014, Jakarta: FEB UIN Syarif Hidayatullah.
- Amalia, Fitri., "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madinah Depok", Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Afrilia Fitri dkk., 2015, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Operasional Perbankan Syariah", Prosiding Penelitian SPeSIA (Sosial dan Humaniora), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.
- Amin, A. Riawan dan Tim PEBS FEUI., 2011, *Menggagas Manajemen Syariah*, Jakarta: Salemba Empat.
- Amin Hasan, Fahadil, 2014, "Etika Bisnis al-Ghazali", (Jurnal Penelitian Ekonomi Syariah), Bandung: UIN Bandung.
- Arifin, Johan., 2009, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press.
- Arikunto, Suharsimi, 2016, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Azizaturrohman, Siti Nur dan Imron Mawardi., 2014, "Pemahaman Etika Berdagang Pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Studi Kasus Pedagang Buah)", *JESTT* Vol. 1, No. 4, bulan April tahun 2014.
- Azwar, Saifuddin, 2016, *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya edisi ke 2*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badroen, Faisal., 2006, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Beekun, Rafik Issa., 2004, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Bungin, Burhan (ed)., 2007, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chairiawaty., 2012, "Branding Identity: Sebuah Tinjauan Mengenai Etika Bisnis Islam", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 2, bulan Oktober tahun 2012, Bandung: Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
- Darmawati., 2012, "Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-buahan di Kota Samarinda)", *Jurnal Fenomena*, Vol. IV No. 2 tahun 2012, STAIN Samarinda.
- Departemen Agama RI., 2005, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2007, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Djakfar, Muhammad., 2007, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press.
- Echol, John M., Hasan Shadily, 2000, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Itaca: Cornell University press.
- Forum Studi Ekonomi Islam PPs UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008, *Filosafat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: FSEI.
- Gustina., 2008, "Etika Bisnis Suatu Kajian Nilai dan Moral dalam Bisnis", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 3 No. 2 bulan Oktober tahun 2008, Politeknik Negeri Padang.
- Hafidz, AM. M., Sam'ani Sya'roni., 2012, "Etika Bisnis Al-Ghazali dan Adam Smith dalam Perspektif Ilmu Bisnis dan Ekonomi", *Jurnal Penelitian* Vol. 9 No. 1 bulan Mei tahun 2012, STAIN Pekalongan.
- Hamalik, Oemar, 2002, *Psikologi Belajar Mengajar*, Bandung: Sinar Baru Algesindo.
- Haris, Abdul., "Falsafah Etika Bisnis dalam Al-Qur'an", *Jurnal Innovatio*. Pascasarjana IAIN Jambi.

- Herdiansyah, Haris., 2013, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Press.
- Herdiansyah, Haris., 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Irkhami, Nafis., 2007, "Internalisasi Etika Bisnis Islam: Perspektif Ekologi", *Jurnal Ulumuddin* No. 03 bulan Jan-Juni tahun 2007.
- Karim, Adiwarman., 2002, *Ekonomi Islam. Suatu Kajian Ekonomi Makro*, Jakarta: IIIT Indonesia, 2002.
- Karim, Adiwarman, 2011, *Ekonomi Mikro Islami edisi ketiga*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kementerian Agama RI, 2012, *Al-Qur'an dan Tafsirnya Jilid 1-11*, Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia.
- Norvadewi., 2015, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)", *Jurnal Al-Tijary*, Vol. 01 No. 01 bulan Desember tahun 2015, IAIN Samarinda.
- Machan, Tibor R., 1977, *Introduction to Philosophical Inquiries*, Boston: Allayn and Bacon Inc. Baston.
- Mardiyah, Erna, Asep Suryanto., 2010, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya", Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya.
- Marzuqi, Ahmad Yusuf, Achma Badarudin Latif., 2010, "Manajemen Laba dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, Vol. 7 No. 1 bulan Maret 2010, Prodi Akuntansi STIENU Jepara.
- Mas'adi, Ghufro A., 2002, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mohammad, Roni dan Mustofa., 2014, "Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama Terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo", *Al-Mizan*, Vol. 10, No. 1, bulan Juni tahun 2014, Gorontalo: IAIN.
- Moleong, Lexy J., 2004, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Muhammad., 2004, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Mujahiddin, Akhmad., 2007, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Mufid, Muhammad., 2009, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group Cet .1.
- Nawatmi, Sri., 2010, "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam", Jurnal *Fokus Ekonomi (FE)*, Vol. 9 No. 1 bulan april tahun 2010, Universitas Stikubank Semarang.
- Nawawi, Handari, 1991, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University.
- Narbuko, Cholid dan Abu Ahmadi., 2009, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : PT Bumi Aksara, Cet. 10.
- Norvadewi., 2015, "Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)", Jurnal *Al-Tijary*, Vol. 01 No. 01 bulan Desember tahun 2015, IAIN Samarinda.
- Peraturan presiden RI.112., 2007, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, www.bpkp.go.id, pada tanggal 31 Oktober 2016 pukul 20:31 WIB.
- Qardhawi, Yusuf., 1997, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema Insani Press.
- Qardawi, Yusuf, 1993, *Halal dan Haram dalam Islam*, alih bahasa oleh H. Muammal Hamidy, Surabaya: PT Bina Ilmu.
- Rodinson, Maxime., 1982, *Islam dan Kapitalisme*, terj. Asephikmat, Bandung: Iqra'.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah., 1996, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Subandi, Bambang., 2000, *Bisnis Sebagai Strategi Islam*, Surabaya: Paramedia.
- Sugiyono.. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sudjana, Nana, 2008, *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Sudiyono, Anas, 1996, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Surajiyo., 2016, "Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Perspektif Filosofis", *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*, bulan Mei tahun 2016, Universitas Bakrie Jakarta.
- Susanto, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jurnal Solusi Fakultas Ekonomi Universitas Semarang, 2012)
- Sutrisno, Hadi., 2001, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Suyanto, M., 2008, *Muhammad Business Strategy & Ethics*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Yusuf Marzuki, Ahmad dan Ahmad Badarudin Latif, 2010, "Manajemen Laba dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, Jepara: STIENU Jepara.
- Umar, Husein, 1997, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi-3: Teknik Mengalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*, Jakarta: Kompas Gramedia.
- Wahyudi, Yudian, 2015, *Hukum Islam antara Filsafat dan Politik*, Yogyakarta: Pesantren Nawasea Press.
- Wazin., *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim* (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten), (Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 1 No.1 Januari- Juni 2014).
- Wijaya, Yahya/Nina Mariani Noor (ed.), 2014, *Economic and Business Ethics. Religious Perspectives in Indonesia*, Geneva, Switzerland: Globethics.net.
- Wijayanti, Ratna., "Etika Bisnis Islami: Kajian Terhadap Konsep Kredibilitas, Citra Bisnis dan Manajemen Utang-Piutang Bagi Individu dan Perusahaan", *jurnal Ekonomi Universitas Sains Al-Qur'an*.
- Zakiyah dan Bintang Wirawan., "Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)", *Jurnal Sociologie*, Vol. 1, No. 4.

Lampiran



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Panduan Wawancara untuk Penjual

Data personal responden

Nama :
Usia :
Jenis kelamin :
Alamat :
Lama usaha :
Pendidikan terakhir :

Pemahaman Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Mengenai Etika Bisnis Islam

A. Keesaan

1. Apapun yang ada di dunia adalah milik Allah SWT.
a. Sangat Paham b. Paham c. Tidak paham
2. Rendah hati dan hidup sederhana dan tidak silau oleh kebesaran orang lain karena hanya Allah yang Maha Kuasa karena Allah dapat mengambil dengan mudah apapun yang tela Ia berikan
a. Sangat Paham b. Paham c. Tidak paham
3. Bertindak penuh keyakinan dan keberanian untuk apa yang ia anggap etis dan Islami dan percaya bahwa hanya Allah yang dapat menolongnya
a. Sangat Paham b. Paham c. Tidak paham
4. Mentaati dan melaksanakan hukum-hukum Allah dan percaya bahwa Allah mengetahui ssegalanya yang terlihat ataupun yang tersembunyi, sehingga akan menghindarkan diri dari apa yang dilarang dan beerbuat hanya dalam kebaikan
a. Sangat Paham b. Paham c. Tidak paham

B. Keseimbangan

Menjaga keseimbangan antara yang berpunya dan tak berpunya dengan cara menanamkan sikap saling memberi dan tidak mengkonsumsi yang berlebihan

- a. Sangat Paham b. Paham c. Tidak paham

C. Kehendak Bebas

Manusia diberi kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan untuk memilih jalan hidup yang diinginkan dan dituntun oleh hukum Allah SWT.

- a. Sangat Paham b. Paham c. Tidak paham

D. Tanggungjawab

Manusia bertanggungjawab dengan segala tindakannya terhadap ciptaan Allah SWT.

- a. Sangat Paham b. Paham c. Tidak paham

E. Kebajikan

Berbuat baik pada orang lain karena Allah SWT tanpa mengharapkan imbalan

- a. Sangat Paham b. Paham c. Tidak paham

Perilaku Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Perspektif Etika Bisnis Islam

A. Keesaan

1. Tidak berbuat diskriminatif terhadap karyawan, pemasok, dan pembeli atas dasar ras, warna kulit, jenis kelamin, ataupun agama.
2. Tidak dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis dan selalu berperilaku sama dan satu baik itu di masjid, atau ditempat lain.
3. Tidak menimbun kekayaan dengan serakah dan menjualnya disaat harga sedang naik.

B. Keseimbangan

1. Transaksi yang seimbang adalah yang setara dan adil takaran dan ukurannya.
2. Mengganti barang yang cacat dengan yang baru jika barang tersebut cacat akibat kesalahan penjual

C. Kehendak Bebas

Menepati semua kontrak yang dibuat dan menepati janji baik yang tertulis ataupun yang tidak tertulis.

D. Tanggungjawab

Bertanggung jawab untuk berperilaku etis dalam keadaan apapun, entah itu sedang untung, sedang bangkrut atau sedang rugi.

E. Kebajikan

1. Memberikan sesuatu pada orang lain walau kita sedang membutuhkannya, dengam mengambil keuntungan sedikit.
2. Memberikan harga yang sesuai dengan keadaan pembeli walau kuantungannya sedikit.
3. Bertindak bijaksana ketika ada pembeli yang membayar kurang.
4. Menerima pengembalian barang dari pembeli walau barang tersebut tidak dalam keadaan rusak.
5. Tidak memaksa membayar ketika ada pembeli yang membeli barangnya secara kredit.
6. Memberitahu pembeli mengenai kelemahan dan kelebihan produk yang dijual.
7. Bersikap sopan dan ramah ketika bertransaksi melalui media tulisan (sms, chatting, dan sejenisnya).

Cilacap, 20.....

Responden.

(.....)

Panduan Wawancara untuk Pembeli/Konsumen

Nama :
Pendidikan terakhir :
Jenis kelamin :
Alamat :

Perilaku Pedagang Muslim Pasar Gede Cilacap Perspektif Etika Bisnis Islam

A. Keesaan

1. Apakah tidak berbuat diskriminatif terhadap karyawan, pemasok, dan pembeli atas dasar ras, warna kulit, jenis kelamin, ataupun agama.
2. Apakah tidak dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis dan selalu berperilaku sama dan satu baik itu di masjid, atau ditempat lain.
3. Apakah tidak menimbun kekayaan dengan serakah dan menjualnya disaat harga sedang naik.

B. Keseimbangan

1. Apakah Transaksi yang seimbang adalah yang setara dan adil takaran dan ukurannya.
2. Apakah mengganti barang yang cacat dengan yang baru jika barang tersebut cacat akibat kesalahan penjual

C. Kehendak Bebas

Apakah Menepati semua kontrak yang dibuat dan menepati janji baik yang tertulis ataupun yang tidak tertulis.

D. Tanggungjawab

Apakah Bertanggung jawab untuk berperilaku etis dalam keadaan apapun, entah itu sedang untung, sedang bangkrut atau sedang rugi.

E. Kebajikan

1. Memberikan sesuatu pada orang lain walau kita sedang membutuhkannya. dengam mengambil keuntungan sedikit.
2. Memberikan harga yang sesuai dengan keadaan pembeli walau kuantungannya sedikit.

3. Bertindak bijaksana ketika ada pembeli yang membayar kurang.
4. Menerima pengembalian barang dari pembeli walau barang tersebut tidak dalam keadaan rusak.
5. Tidak memaksa membayar ketika ada pembeli yang membeli barangnya secara kredit.
6. Memberitahu pembeli mengenai kelemahan dan kelebihan produk yang dijual.
7. Bersikap sopan dan ramah ketika bertransaksi melalui media tulisan (sms, chatting, dan sejenisnya).


 Cilacap, 20.....
 Responden,
 (.....)

UNIVERSITAS
 ISLAM
 INDONESIA

Pedoman Wawancara untuk Pengelola Pasar

Nama :

Usia :

Pendidikan terakhir :

1. Bagaimana sejarah Pasar Gede Cilacap?
2. Apa visi misi dari Pasar Gede Cilacap?
3. Dimana letak geografis Pasar Gede Cilacap?
4. Bagaimana Struktur Organisasi Pasar Gede Cilacap?
5. Berapa jumlah pedagang Pasar Gede Cilacap?
6. Berapa jumlah pedagang muslim Pasar Gede Cilacap?
7. Berapa pendapatan Pasar Gede Cilacap?
8. Bagaimana perilaku pedagang muslim di Pasar Gede Cilacap ditinjau dari segi etika bisnis Islam?
9. Apakah ada rutinan pengajian/majlis ta'lim di Pasar Gede Cilacap?

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

Cilacap, 20.....

Responden,

(.....)

PASAR TRADISIONAL / RAKYAT
KABUPATEN CILACAP PROVINSI JAWA TENGAH

No.	Nama Pasar	Alamat	Tahun Pembangunan	Titik Koordinat	Kondisi Pasar	Luas Lahan	Kepemilikan Lahan**	Unit Kerja Pengelola	Hari Buka Pasar***	Jumlah Pedagang	Rata-rata Omset/bulan
1.	Pasar Gede	Tambakreja, Cilacap Selatan		-7.733480, 109.007688	Baik	13,978	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	546	35.000.000
2.	Pasar Ikan	Tegalkamulyan, Cilacap Selatan	1995	-7.724446, 109.022867	Baik	20037	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	79	2.000.000
3.	Pasar Sidodadi	Sidanegara, Cilacap Tengah	1975	-7.720385, 109.011701	Baik	6,653	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	670	18.750.000
4.	Pasar Tanjungsari	Gunungsimping, Cilacap Tengah	1974	-7.703313, 109.026279	Baik	3,790	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	200	4.750.000
5.	Pasar Saliwangi	Trith Kulon, Cilacap Utara	1996	-7.664716, 109.039207	Baik	1771	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	240	4.400.000
6.	Pasar Pelem Gading	Mertasinga, Cilacap Utara		-7.678834, 109.053822	Baik	980	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	252	4.500.000
7.	Pasar Gumilir	Gumilir, Cilacap Utara	1979	-7.686112, 109.042058	Baik	1765	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	27	1.000.000
8.	Pasar Karangandin	Karangandri, Kesugihan		-7.655506, 109.077356	Baik	4,789	PT. KAI	Disperindagkop UMKM	Wage	250	1.200.000
9.	Pasar Lebeng	Planjan, Kec. Kesugihan		-7.64693, 109.080406	Baik	6,112	Pemda	Disperindagkop UMKM	Legi	230	4.100.000
10.	Pasar Kesugihan	Kesugihan, Kesugihan		-7.62214, 109.078418	Baik	6,401	PT. KAI	Disperindagkop UMKM	Kliwon	280	4.750.000
11.	Pasar Kawunganten	Kawunganten, Kawunganten	1982	-7.594765, 109.918284	Baik	13,702	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	500	7.250.000
12.	Pasar Sarwodadi	Sarwodadi, Kawunganten		-7.584927, 108.91881	Baik	4,000	Pemda	Disperindagkop UMKM	Senin-Kamis	62	1.000.000
13.	Pasar Maos Kidul	Maos Kidul, Kec. Maos		-7.62021, 109.14774	Baik	8,008.25	Pemda	Disperindagkop UMKM	Pahing	135	1.100.000
14.	Pasar Maos Lor	Maos Lor, Kec. Maos		-7.604612, 109.145481	Baik	-	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian		750.000

15.	Pasar Sampang	Sampang, Kec. Sampang		-7.563705, 108.197845	Baik	6,326	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	535	5.000.000
16.	Pasar Adipala	Adipala, Kec. Adipala		-7.659956, 109.15141	Baik	7,236	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian, Minggu	768	10.000.000
17.	Pasar Kroya	Kroya, Kec. Kroya		-7.628794, 109.249854	Baik	13,978	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	1.300	4.150.000
18.	Pasar Sikampung	Sikampung, Kec. Kroya		-7.626862, 109.2152	Baik	1,940	Desa	Disperindagkop UMKM	Pahing, Kliwon	32	210.000
19.	Pasar Binangun	Binangun, Kec. Binangun		-7.668494, 109.266733	Baik	2,063	Pemda	Disperindagkop UMKM	Pon	116	1.085.000
20.	Pasar Kemojing	Kemojing, Binangun		-7.652428, 109.304345	Baik	4,006	Pemda	Disperindagkop UMKM	Pahing	284	1.450.000
21.	Pasar Karangputat	Karangputat, Binangun		-7.647196, 109.305289	Baik	958	Pemda	Disperindagkop UMKM	Wage, Kliwon	66	1.410.000
22.	Pasar Nusawungu	Nusawungu, Nusawungu	1980	-7.671525, 109.381672	Baik	1,751	Desa	Disperindagkop UMKM	Selasa, Kamis	80	1.540.000
23.	Pasar Klumpit	Klumpit, Nusawungu		-7.74565, 109.521925	Baik	1,088	Pemda	Disperindagkop UMKM	-	15	200.000
24.	Pasar Banjareja	Banjareja, Nusawungu		-7.74735, 109.521582	Baik	2,272	Pemda	Disperindagkop UMKM	Rabu, Minggu	81	300.000
25.	Pasar Gandrungmangu	Gandrungmangu	1980	-7.566991, 108.900248	Baik	10,500	Desa	Disperindagkop UMKM	Harian	348	10.600.000
26.	Pasar Sidareja	Sidamulya, Sidareja	1982	-7.485644, 108.80726	Baik	5,586.56	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	132	7.350.000
27.	Pasar Sentolo Baru	Sidareja, Sidareja		-7.489707, 108.791016	Baik	7,629.50	Desa	Disperindagkop UMKM	Sabtu	75	1.050.000
28.	Pasar Cinyawang	Bulupayung, Cinyawang		-7.568815, 108.775478	Baik	4,200	Pemda	Disperindagkop UMKM	Senin, Rabu, Jumat	209	1.080.000
29.	Pasar Cipari	Cipari, Kec. Cipari		-7.439305, 108.760522	Baik	2,922	Pemda	Disperindagkop UMKM	Senin, Kamis	207	5.000.000
30.	Pasar Panimbang	Panimbang, Kec. Cimanggu		-7.33114, 108.821239	Baik	2,913	Pemda	Disperindagkop UMKM	Sabtu	253	1.500.000

31.	Pasar Majenang	Sindangsari, Majenang		-7.303249,108.772715	Baik	22,500	Pemda	Disperindagkop UMKM	Harian	770	9.700.000
32.	Pasar Hewan Majenang	Pahonjean, Majenang		-7.304239,108.743037	Baik	2,611	Pemda	Disperindagkop UMKM	Senin, Kamis, Rabu	10	625.000
33.	Pasar Wanareja	Wanareja, Kec. Wanareja	1982	-7.334035,108.877695	Baik	8,373	Desa	Disperindagkop UMKM	Sabtu, Rabu	230	7.400.000



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : 'Ainul Imronah
NIM : 15913002
Tempat, Tanggal : Cilacap, 7 September 1989
No Telepon : 0819 1286 7747
Email : aizuhdi7@gmail.com

Penulis mengawali pendidikan formal pada tahun 1992 di MI pesantren Pembangunan Cibeunying Majenang, dan tamat pada tahun 2002, kemudian pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Pesantren Pembangunan Majenang, dan tamat pada tahun 2004. Selanjutnya pada tahun yang sama pula penulis melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Majenang Cilacap dan tamat pada tahun 2007.

Melalui Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru pada tahun 2008, penulis lolos seleksi dan terdaftar sebagai Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah di bawah naungan Jurusan Syariah yang saat ini telah alih nama menjadi Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sufyan Tsauri Majenang-Cilacap. Dan *Alhamdulillah* penulis berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2013.

Pada tahun 2015 penulis melanjutkan studi Magister Studi Islam saat ini telah berubah menjadi Megister Ekonomi Fakultas Ilmu Agama Islam di bawah naungan Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.