

**ANALISIS STRATEGI PENGURANGAN KUANTITAS
PRODUK MAKANAN OLEH PENJUAL PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum (S. H.)**

**Oleh : INTAN RESTIANI
NIM. 2017301167**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya:

Nama : Intan Restiani

NIM : 2017301167

Jenjang : S-1

Jurusan : Muamalah

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Universitas : UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **“Analisis Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan Oleh Penjual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas)”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 23 Desember 2024
Saya yang menyatakan,



Intan Restiani
NIM. 2017301167

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

Analisis Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan Oleh Penjual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas)

Yang disusun oleh **Intan Restiani (NIM. 2017301167)** Program Studi **Hukum Ekonomi Syariah**, Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **13 Januari 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Penguji I

Dr. Hj. Nita Triana, M.Si
NIP. 9671003 200604 2 014

Sekretaris Sidang/ Penguji II

Sugeng Riyadi, M.S.I
NIP. 19810730 201503 1 001

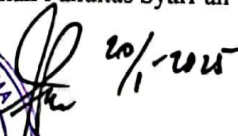
Pembimbing/ Penguji III

Mabarroh Azizah, M.H.
NIDN. 2003051904

Purwokerto, 15 Januari 2025

Dekan Fakultas Syari'ah




Dr. H. Supani, S.Ag, M.A.
NIP. 19700705 200312 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 10 Desember 2024

Hal : Pengajuan Munaqayrasah Skripsi Sdr. Intan Restiani
Lampiran : 3 Eksemplar

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah IAIN Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa :

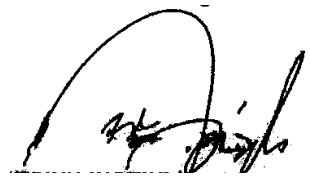
Nama : Intan Restiani
NIM : 2017301167
Jurusan : Muamalah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Judul : **Analisis Strategi Pengurangan Kualitas Produk Makanan Oleh Penjual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas)**"

sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.).

Demikian, atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,



Mabarroh Azizah, M.H
NIP. 2003057904

MOTTO

Motivasi tanpa aksi hanyalah halusinasi

-Neva



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas nikmat dan kemudahannya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi agung Muhammad SAW, keluarga, dan sahabatnya. Semoga syafaatnya menyertai kita semua.

Dengan penuh rasa syukur, saya persembahkan karya ini kepada mereka yang telah mendukung saya dalam menyusun skripsi saya

1. Kepada Ayah Nisam dan Ibu Surip, orang tua yang saya sayangi dan hormati. Terima kasih atas perjuangan dan doa yang tiada hentinya diberikan kepada saya. Terima kasih, intan sayang ayah dan ibu.
2. Kuarto, Suratno, Sukirwan, dan Nining, keempat saudara yang saya sayangi. Terima kasih atas bantuan dan doa yang diberikan selama ini, terima kasih sudah berkenan direpotkan, baik dari materi maupun tenaga, ayo kita sukses sama-sama.
3. Mba ipar Eniati, Mba ipar Yesi dan Mba ipar Ijah, Saudara sepupu Mba Karsilem yang sudah mendoakan, memberikan semangat, transferannya dan wifinya tiap saat. Terima kasih banyak.
4. Keluarga besar saya yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan serta doanya sehingga saya dapat berada di titik ini.
5. Teman-teman seperjuangan saya Fina, Nofi, Salsa, Edisa, Ulfi, Lulu, Dinda April, Mas mualim. Serta teman support system saya, Ulfa, Nasfa dan teman pondok saya Sofia, Mute, mba diah, Mba simut. Teman KKN saya semuanya terutama Ocha, Zaqi, Angga, Nendah, Lina dll. Terima kasih sudah mau direpotkan dan Trimakasih atas doa dan semangatnya.
6. Mas Neva Al Khamim Trimakasih atas transferannya, atas do'a dan semangatnya.
7. Kepada pihak-pihak lain yang telah memberikan doa serta dukungannya kepada saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

**“ANALISIS STRATEGI PENGURANGAN KUANTITAS PRODUK
MAKANAN OLEH PENJUAL PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas)”**

ABSTRAK

Intan Restiani

NIM. 2017301167

**Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam
Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Dalam jual beli terdapat aturan dalam Etika bisnis Islam yang merujuk pada prinsip-prinsip etika yang ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadits antara lain Prinsip kesatuan (*Tauhid*), Prinsip Keseimbangan (*adl*) dan Kejujuran, Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*), Prinsip tanggung jawab (*fard*) dan Prinsip kebajikan (*ihsān*). Sementara itu Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas mempraktikkan strategi pengurangan Kuantitas produk makanan tanpa sepengetahuan pembeli, disaat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, dengan tidak menaikkan harga jual produk makanan, sehingga menjadikan masyarakat merasa dirugikan. Oleh karena itu, Peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam tentang praktik strategi pengurangan kuantitas oleh Penjual Perspektif Etika Bisnis Islam di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kesesuaian praktik strategi pengurangan Kuantitas produk makanan yang dilakukan oleh Penjual dengan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Dan mendapatkan solusi dari permasalahan Penjual.

Metode yang digunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan siologis-normatif. Penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder, di mana data primer diperoleh melalui wawancara dengan Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, sedangkan data sekunder didapat dari para Pelanggan yang mana Penjual melakukan praktik strategi pengurangan produk makanan, dan dari literatur Etika Bisnis Islam, jurnal Etika Bisnis Islam, skripsi-skripsi terdahulu, dan sumber lainnya. Proses pengumpulan data menggunakan metode observasi ke Penjual dan Pelanggan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif-analitis.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 dari 82 Penjual yang melakukan praktik strategi pengurangan kuantitas pada produk makanan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas. Praktik strategi tersebut, tidak sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yakni Prinsip kesatuan (*Tauhid*), Prinsip Keseimbangan (*adl*) dan Kejujuran, Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*), Prinsip tanggung jawab (*fard*) dan Prinsip kebajikan (*ihsān*). Karena pelanggan merasa dirugikan oleh Penjual yang mengurangi takaran. Sedangkan pengurangan takaran adalah salah satu dari beberapa praktik bisnis yang melanggar Etika (Mal Bisnis).

Kata Kunci: Etika bisnis, Strategi Penjual, Kuantitas Produk

“ANALYSIS OF FOOD PRODUCT QUANTITY REDUCTION STRATEGIES BY SELLERS FROM ISLAMIC BUSINESS ETHICS PERSPECTIVE (Case Study in Kedungrandu Patikraja Village, Banyumas)”

ABSTRACT

Intan Restiani

Student ID. 2017301167

**Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia, Prof. K. H.
Saifuddin Zuhri State Islamic University Purwokerto**

In buying and selling there are rules in Islamic business ethics which refer to the ethical principles set out in the Al-Qur'an and Hadith, including the principle of unity (Tauhid), the principle of balance (adl) and honesty, the principle of free will (ikhtiyār), the principle of responsibility (farḍ) and the principle of virtue (iḥsān). Meanwhile, sellers in Kedungrandu Patikraja Village, Banyumas, are practicing a strategy of reducing the quantity of food products without the buyer's knowledge, when the price of the ingredients used has increased, by not increasing the selling price of food products, thereby making the community feel disadvantaged. Therefore, researchers are interested in analyzing more deeply the practice of quantity reduction strategies by sellers from an Islamic Business Ethics Perspective in Kedungrandu Patikraja Village, Banyumas. The aim of this research is to analyze the suitability of food product quantity reduction strategy practices carried out by sellers with the principles of Islamic Business Ethics. And get solutions to seller problems.

The method used is field research with a physiological-normative approach. The author uses primary and secondary data sources, where primary data is obtained through interviews with sellers in Kedungrandu Patikraja Village, Banyumas, while secondary data is obtained from customers where sellers practice food product reduction strategies, and from Islamic Business Ethics literature, the Business Ethics journal Islam, previous theses, and other sources. The data collection process uses observation methods with Sellers and Customers, in-depth interviews, and documentation studies. Data analysis was carried out using descriptive-analytical methods.

The results of the research show that there are 5 out of 82 sellers who practice quantity reduction strategies for food products in Kedungrandu Patikraja Village, Banyumas. The practice of this strategy is not in accordance with the principles of Islamic business ethics, namely the principle of unity (Tauhid), the principle of balance (adl) and honesty, the principle of free will (ikhtiyār), the principle of responsibility (farḍ) and the principle of benevolence (iḥsān). Because customers feel disadvantaged by sellers who reduce the dosage. Meanwhile, reducing the dose is one of several business practices that violate Ethics (Business Mall).

Keywords: Business Ethics, Seller Strategy, Product Quantity

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji syukur hanya milik Allah Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat serta kepada para pengikutnya yang telah memberikan petunjuk kepada umat manusia dengan kemuliaan akhlakunya untuk mencapai kebahagiaan di dunia maupun di akhirat.

Rasa syukur yang mendalam atas segala pertolongan dan kasih sayang yang telah Allah berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan Oleh Penjual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas)” sebagai salah satu syarat kelulusan di fakultas Syariah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dalam menyusun skripsi ini, penulis mendapatkan banyak sekali bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan kali ini, penulis bermaksud mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Supani, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. H. M. Iqbal Juliansyahzen, M.H. selaku Wakil Dekan I Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Marwadi, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Hariyanto, S.H.I., M.Hum, M.Pd., selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Bapak Wildan Humaidi, M.H., selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Bapak Ainul Yaqin, M.Sy., selaku Koordinator Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Ibu Mabarroh Azizah, M.H, selaku Dosen Pembimbing. Terima kasih atas ilmu, waktu, bimbingan dan arahan yang diberikan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Segenap Dosen, Karyawan dan Staf Akademik Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Kedua orang tua saya, Ayah Nisam dan Ibu Surip. Terima kasih telah memberikan doa, semangat serta dukungannya sampai saya bisa berada di titik ini. Terima kasih sudah menjadi orang tua yang sempurna bagi anak kalian yang masih merepotkan ini.
11. Keempat kakak saya, Kuatno, Suratno, Sukirwan, dan Nining. Terima kasih atas segala doa dan dukungannya. Semoga keberuntungan dan kesuksesan bisa kita capai bersama ya.
12. Mba ipar saya dan saudara sepupu saya yang saya sayangi, terima kasih atas doa, dukungan, dan semangatnya, terima kasih ya.
13. Keluarga besar saya, yang tiada henti-hentinya menanyakan kapan saya lulus. Semoga skripsi ini bisa menjawab pertanyaan keluarga besar saya. Namun, berkat itu saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya. Terima kasih banyak.
14. Teman-teman SMA saya, teman-teman seperjuangan, dan teman-teman support system saya terima kasih telah memberikan doa dan dorongannya agar saya dapat menyelesaikan skripsi saya.
15. Keluarga besar HES D 2020. Terima kasih telah kebersamai dan menjadi teman berjuang bersama selama masa kuliah.
15. Keluarga PPL BAPAS Purwokerto yang selalu kebersamai dan mengukir cerita bersama selama masa kuliah.
16. Keluarga KKN 53 Desa Pendawa beserta mas Neva Al Khamim dan teman rumah saya yang telah kebersamai dan mengukir cerita dalam menutup masa akhir perkuliahan.
17. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan langsung dari Allah SWT dengan kebaikan yang jauh lebih baik lagi.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Purwokerto, 23 Desember 2024



Intan Restiani
NIM. 2017301167

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang digunakan pada penyusunan skripsi ini berlandaskan pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Sad	ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain '....	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vocal pendek, vocal rangkap dan vokal panjang.

1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	<i>Fathah</i>	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Ḍammah</i>	<i>Ḍammah</i>	U

2. Vokal Rangkap.

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i	الْكَيْلِ	<i>Alkaila</i>
<i>Fathah dan Wawu</i>	Au	a dan u	أَوْفُوا	<i>Aufū</i>

3. Vokal Panjang.

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

<i>Fathah + alif</i> ditulis <i>ā</i>	Contoh بِالْبَاطِلِ ditulis <i>bilbātīli</i>
<i>Fathah + ya'</i> ditulis <i>ā</i>	Contoh حَتَّىٰ ditulis <i>khattā</i>
<i>Kasrah + ya'</i> mati ditulis <i>ī</i>	Contoh الْمُسْتَقِيمِ ditulis <i>almustakīm</i>
<i>Ḍammah + wawu</i> mati ditulis <i>ū</i>	Contoh تَكُونُ ditulis <i>takūnū</i>

C. Ta' Marbūtah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

الْجَنَّةِ	Ditulis <i>Al jannah</i>
شَيْبَةً	Ditulis <i>Syaibah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

بِجَارَةٍ عَنْ	Ditulis <i>tijārotan 'an</i>
----------------	------------------------------

D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

إِلَّا أَنْ تَكُونَ	Ditulis <i>illā antakūna</i>
إِنَّ اللَّهَ	Ditulis <i>innallāha</i>

E. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

الْكَيْلِ	Ditulis <i>al-kaila</i>
الْمُسْتَقِيمِ	Ditulis <i>al-mustakīma</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

النَّاسِ	Ditulis <i>an-nāsa</i>
إِنَّ الصِّدْقَ	Ditulis <i>innasidqa</i>

F. Hamzah

Hamzah yang terletak di akhir atau di tengah kalimat ditulis apostrof. Sedangkan hamzah yang terletak di awal kalimat ditulis alif.

Contoh:

الشَّيْءُ	Ditulis <i>syai'un</i>
أَشْيَاءَهُمْ	Ditulis <i>asyā'ahum</i>
إِلَى الْبِرِّ	Ditulis <i>ilalbirri</i>

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ : *wazinū bilqistāsīl mustaqīmi*

تَبَخَّسُوا النَّاسَ : *tabkhasunnasā atau tabkhasu an-nāsa*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	8
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Kajian Pustaka.....	11
F. Sistematika Pembahasan	17
BAB II KONSEP STRATEGI DAN ETIKA BISNIS ISLAM	
A. Konsep Strategi	19
1. Pengertian Strategi	19
2. Tujuan Strategi	20
3. Strategi Pengurangan	21
4. Penerapan Strategi Bisnis oleh Nabi Muhammad SAW	23
B. Etika Bisnis Islam	25
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	25
2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam	27
3. Prinsip dan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam	29
4. Praktik Bisnis yang Melanggar Etika (Mal Bisnis)	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	38
B. Waktu dan Tempat Penelitian	39
C. Subjek dan Objek Penelitian	40
D. Sumber Data.....	41
E. Metode Pengumpulan Data	43
F. Metode Analisis Data.....	44

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas Dan Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.....	45
1. Gambaran Desa Kedungrandu	45
2. Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.....	48
B. Praktik Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan oleh Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.....	50
C. Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan oleh Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.....	54

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Transkrip Hasil Wawancara

Lampiran 2: Dokumentasi Wawancara

Lampiran 3: Laporan Hasil Observasi

Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap individu haruslah menjadi bagian dari masyarakat, mau membantu orang lain atau tolong menolong. Penjualan adalah salah satu dari banyak aspek kerja tim dan hubungan antar manusia.¹ Menjual produk secara transparan merupakan salah satu cara menukar harta dan kepemilikan barang dengan pihak lain. Atau dengan kata lain, jual beli yang secara “*syara*” mengacu pada pertimbangan penjualan dengan imbalan berdasarkan konteks yang diakui secara hukum. Istilah “jual beli” juga mengacu pada mu’awadhah”, yaitu sejenis akad yang melibatkan dua pihak: pihak pertama memberikan barang, dan pihak kedua harus memastikan bahwa itu adalah transaksi yang sah, yang mana melibatkan uang atau barang.² Islam menetapkan jual beli sebagai aktivitas yang sah, dengan beberapa ketentuan hukum. Nabi SAW memberikan persetujuan pada beberapa transaksi dan melarang yang lainnya. Beliau serta masyarakatnya terlibat dalam jual beli sesuai kebutuhan sambil menghindari yang dilarang.³ Dalam aspek jual beli, aspek moral atau etikanya dikenal sebagai mu’amalah adabiyah, yaitu interaksi yang dinilai berdasarkan akhlak pelaku, yaitu manusia itu sendiri. Jual beli berfungsi sebagai mata pencaharian dan alat tukar menukar harta, sehingga pengetahuan sangat penting.

¹ Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015) hlm. 4

² Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2019) hlm.177

³ Syaikh, dkk. *Fiqh Muamalah (Memahami konsep dan dialektika kontemporer)* (Yogyakarta: K-Media, 2020) hlm. 51

Memahami hal ini penting bagi seseorang yang ingin menjalankan jual beli agar memperoleh keberkahan dari harta yang didapatkan.⁴ Salah satu jual beli yang setiap hari kita lakukan yakni jual beli kebutuhan pokok berupa makanan atau kuliner yang diujakan oleh para penjual. Dalam praktik jual beli, para penjual mengalami berbagai tantangan dan masalah sesuai dengan perkembangan zaman. Salah satu tantangan yang dialami para penjual yakni adanya kenaikan harga bahan-bahan yang digunakan untuk membuat makanan.

Sebagai contoh di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas terdapat banyak penjual produk makanan antara lain: penjual tahu kupat, mie ayam, nasi goreng, bubur ayam, soto dan lain-lain. Di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas terdapat penjual yang menggunakan praktik strategi pengurangan Kuantitas makanan kepada pembeli. Contohnya pengurangan makanan pada pedagang tahu kupat tergantung dari mahalnnya bahan pokok yang digunakan. Saat ini beras yang harganya naik, dulu harga beras murah hanya Rp10.000 per kg, tapi sekarang harga beras mahal menjadi Rp13.000 per kg. Maka yang dikurangi banyaknya ketupat yang digunakan, biasanya dari penjual memberi ketupat sebanyak satu setengah buah, maka penjual hanya memberi satu buah ketupat. Begitu pula jika harga kol yang mahal, penjual akan mengurangi banyaknya kol yang diberikan dari biasanya. Namun, harga makanan tahu kupat tetaplah sama seperti biasa yaitu Rp.10.000. Hal ini dilakukan penjual karena bahan-bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, tapi di sisi lain penjual tidak mau menaikkan harga dikarenakan takut para pembeli akan berkurang, akan

⁴Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015) hlm. 7

berpindah ke pedagang yang lainnya dan keuntungan yang di dapat tidak seperti biasanya.⁵ Penjual mie ayam juga mengurangi banyaknya ayam yang diberikan pada pembeli, saat harga ayam meningkat dari biasanya. Biasanya penjual memberi sebanyak dua sendok ayam suwir saat harga ayam normal, namun saat harga ayam naik maka hanya memberi satu sendok ayam suwir pada satu porsi mie ayam dengan harga seperti biasa yakni Rp10.000. Penjual juga memperhatikan kondisi perekonomian yang ada di lingkungan Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, bahwasanya para pelanggan yang membeli rata-rata masyarakat kalangan menengah, dimana pembeli sangat menginginkan makanan yang murah atau terjangkau, enak dan porsinya banyak. Hal tersebut menjadikan para penjual di desa kedungrandu tidak bisa menaikkan harga seperti para penjual yang ada di kota, penjual lebih memilih strategi pengurangan makanan.⁶ Strategi pengurangan kuantitas produk makanan dilakukan disaat harga bahan pokok yang digunakan mengalami kenaikan harga.

Strategi penjual dalam penentuan harga, kualitas dan kuantitas produk sangatlah penting dalam berbisnis. Dalam praktiknya, penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas pasti menghadapi dilema antara mencapai keuntungan maksimal dan menjalankan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dengan adanya strategi pengurangan kualitas makanan oleh penjual dapat

⁵ Nining (pedagang tahu kupat), wawancara pada tanggal 2 september 2024 pukul 14.00 WIB

⁶ Kiman (pedagang mie ayam), wawancara pada tanggal 3 september 2024 pukul 15.00 WIB

mempengaruhi kepercayaan dari pelanggan. Pelanggan merasa dirugikan, dikarenakan penjual mengurangi makanan saat bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga dan penjual tidak transparan saat dilakukannya akad jual beli.⁷ Dan pelanggan merasa kecewa karena tidak mendapatkan makanan sesuai dengan takaran seperti biasanya, walaupun harga tidak mengalami kenaikan seperti pedagang yang lain.⁸ Pengurangan makanan dilakukan dengan menyesuaikan harga bahan yang digunakan, hal itu menjadikan kerugian pada pembeli, karena tidak mendapatkan makanan seperti biasanya.⁹ Dalam perspektif etika bisnis Islam, seorang pebisnis atau penjual haruslah memperhatikan konteks kejujuran, keadilan dan keterbukaan. Serta adanya unsur konsisten dalam hal kualitas dan kuantitas pada produk makanan. Hal itu dilakukan supaya tidak menimbulkan kerugian yang berakibat keuntungan disatu pihak dan kesewenang-wenangan dipihak lain.

Dalam pandangan etika bisnis Islam, strategi penjualan dalam kualitas dan kuantitas produk makanan oleh penjual harus memperhatikan prinsip kejujuran, keadilan, dan transparansi. Penjual tidak diperbolehkan mengurangi kuantitas makanan secara sembarangan tanpa mempertimbangkan hak konsumen dan prinsip keadilan. Islam menekankan pentingnya melindungi hak-hak konsumen, terutama terkait dengan kualitas produk, serta menghindari praktik yang merugikan mereka. Dalam Al-Qur'an, bisnis diklasifikasikan menjadi tiga kategori: bisnis yang menguntungkan, bisnis yang merugikan, dan

⁷ Ulfa (pelanggan), wawancara pada tanggal 11 september 2024 pukul 18.00

⁸ Muti (pelanggan), wawancara pada tanggal 12 september 2024 pukul 08.00

⁹ Eniati (pelanggan), wawancara pada tanggal 13 september 2024 pukul 15.00

pemeliharaan prestasi, termasuk hukuman dan hadiah.¹⁰ Pada masa sekarang ini banyak para pengusaha yang selalu mementingkan keuntungan tetapi tidak melihat dari sudut pandang etika bisnis Islam. Salah satu contoh yakni para penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas yang menerapkan praktik strategi pengurangan kuantitas produk makanan, dengan mengurangi takaran makanan oleh penjual. Praktik tersebut diterapkan dengan belum memperhatikan sepenuhnya dari sudut pandang etika bisnis Islam. Penerapan etika bisnis Islam tentu akan mendapatkan keuntungan, dengan meningkatnya citra dan loyalitas dari konsumen. Dalam etika, seseorang yang berjualan atau berbisnis harus menerapkan perilaku positif seperti kejujuran, niat baik, konsisten kuantitas produk dan keadilan, sesuai dengan standar etika universal. Sementara itu, etika bisnis Islam merujuk pada prinsip-prinsip etika yang ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadits, yang harus menjadi pedoman oleh para pelaku bisnis.

Etika dalam berbisnis dapat menentukan status hukum dari aktivitas bisnis yang dilakukan, apakah bisnis tersebut halal atau haram. Takaran diartikan sebagai proses untuk mengukur kadar, berat, atau nilai suatu barang. Menakar atau menimbang adalah aspek penting dalam kegiatan perdagangan yang sering dilakukan oleh para pedagang.¹¹ Dalam praktik yang terjadi di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas para penjual malah mengurangi takaran dari takaran biasanya, tanpa sepengetahuan pembeli. Hal ini dapat menimbulkan

¹⁰ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013) hlm. 12.

¹¹ M. Arif Al-Kausari, *Etika Bisnis Islam (Telaah atas Ayat-Ayat tentang Memenuhi Takaran dalam Timbangan)*, hlm. 201.

kerugian oleh pembeli dan suatu pertanyaan apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yang mana dalam etika bisnis Islam terdapat salah satu nilai dasar yakni Tazkiyah dengan beberapa prinsip umum etika bisnis Islam yaitu kejujuran, keadilan dan keterbukaan.¹² Selain itu, dalam pengurangan takaran dari biasanya dapat melanggar Etika (Mal Bisnis), walaupun harga jual tidak mengalami kenaikan harga. Salah satu cermin keadilan adalah menyempurnakan timbangan dan takaran.¹³ Dalam teori etika bisnis Islam, penting untuk memastikan bahwa semua transaksi oleh pebisnis dilakukan dengan adil dan jujur. Sementara itu, menurut Yusuf Qardawi, dalam bukunya norma dan etika ekonomi Syariah secara tegas telah memisahkan antara nilai-nilai dan perilaku dalam berjualan. Di antara norma-norma atau nilai-nilai syariah tentang perilaku penjual dalam Islam salah satunya yakni menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga. Perilaku dari nilai ini diantaranya adalah 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.¹⁴ Para penjual yang ingin meraih keuntungan maksimal harus menerapkan strategi yang efektif. Strategi bisnis

¹² Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2002), hlm. 72.

¹³ Pipit Putriani, dkk, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Penggunaan Timbangan Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Desa Rawa Jaya Kec. Tabir Selatan Kab. Merangin Jambi)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* Vol.1, No.6, 2023, hlm. 33

¹⁴ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), hlm. 42.

yang diterapkan oleh Rasulullah SAW mencakup: strategi operasional, strategi sumber daya manusia, strategi pemasaran, dan strategi keuangan.¹⁵ Strategi jual beli tentang takaran dalam menjual sebuah produk sudah di jelaskan dalam firman Allah SWT yang berbunyi:

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

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Dan janganlah kamu merugikan pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi ini dengan membuat kerusakan.” (asy-Syuaraa’: 181-183).¹⁶

Dari ayat tersebut memberikan penjelasan pada seorang penjual untuk menyempurnakan takaran dari produk yang dijual, dan menimbanglah sesuai dengan takaran yang sudah ditentukan atau seperti biasanya. Hal ini dilakukan agar tidak merugikan hak seorang pembeli dengan takaran dan harga seperti biasanya.

Dengan mengkaji perspektif etika bisnis Islam terhadap strategi pengurangan kuantitas produk makanan oleh penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, diharapkan dapat ditemukan rekomendasi atau solusi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dan mampu meminimalisir dampak negatif bagi konsumen dan masyarakat secara umum. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi yang penting dalam konteks pengembangan etika bisnis yang berlandaskan pada ajaran syariah Islam. Berdasarkan latar belakang yang

15 Veithzal Rivai Zainal dkk, *Meneladani Berbisnis ala Rasulullah SAW* (Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2022) hlm. 388.

¹⁶ Qur’an Kemenag, (<https://www.quran.kemenag.go.id>)

di paparkan di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh dengan melakukan suatu penelitian ilmiah yang berjudul **Analisis Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan Oleh Penjual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas)**

B. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam proposal skripsi memberikan penjelasan rinci mengenai arti dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Hal ini bertujuan untuk mencegah adanya kesalahan dalam memahami istilah-istilah yang dipakai serta memastikan bahwa konsep yang diteliti memiliki definisi yang jelas dan bisa diukur secara empiris.

1. Pengertian Strategi Pengurangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Strategi adalah rencana yg cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹⁷ Strategi pengurangan yakni sebuah cara atau rencana pengurangan baik dari bahan yang diugnakan dalam produksi untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti mendapatkan keuntungan.

2. Pengertian Kuantitas Produk

Kuantitatif berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah berdasarkan jumlah atau banyaknya.¹⁸Kuantitas produk adalah suatu banyaknya produk makanan yang dihasilkan oleh para Penjual. Dalam

¹⁷ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta, Pusat Bahasa, 2011), hlm. 1377

¹⁸ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta, Pusat Bahasa, 2011), hlm. 763

penelitian ini kuantitas produk adalah jumlah dari makanan yang dihasilkan oleh Penjual dalam sekali transaksi jual beli atau jumlah satu porsi makanan yang didapatkan oleh pembeli saat jual beli.

3. Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata "*ethos*", yang berasal dari bahasa Yunani kuno dan berarti adat atau kebiasaan yang berasal dari filosofi. Bisnis Islam mengutamakan nilai-nilai seperti kebersamaan, kesantunan, penghormatan terhadap hak individu, dan komitmen terhadap syariah Islam. Muhammad Djakfar mengatakan bahwa etika bisnis Islam adalah standar yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits dan harus digunakan sebagai pedoman untuk tindakan bisnis. Dengan kata lain, etika bisnis yang berasal dari kitab suci dan sunah Rasulullah SAW harus dipandang secara holistik, bukan hanya secara terpisah, seperti halnya etika bisnis modern. Bisnis Islam harus dilihat sebagai bidang akademik yang mempelajari dan memberi pedoman praktis bagi pelaku bisnis dalam kegiatan sehari-hari.¹⁹

Dari beberapa pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwasanya etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai dan kebiasaan seseorang yang sesuai dengan syariah Islam dalam melakukan bisnis atau usaha.

¹⁹ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), hlm. 15.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik strategi pengurangan kuantitas produk makanan oleh penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?
2. Bagaimana analisis etika bisnis Islam terhadap strategi pengurangan kuantitas produk makanan oleh penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis bagaimana praktik strategi pengurangan kuantitas produk makanan oleh penjual yang dilakukan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.
- b. Untuk menganalisis apakah praktik strategi pengurangan kuantitas produk makanan yang diterapkan oleh penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas sudah sesuai dengan Prespektif Etika Bisnis Islam.

2. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini dapat memberikan suatu manfaat yang bersifat teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah informasi, pengetahuan kepada para penjual dalam menerapkan strategi pengurangan kuantitas produk makanan yang dilakukan sehari-hari.

Dimana penjual pasti akan mengalami masalah dan tantangan yang berbeda dari masa ke masa. Penjual haruslah dapat melakukan strategi yang baik dalam bersaing dengan pengusaha yang lain, tentunya sesuai dengan prinsip islam. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan tambahan ilmu pengetahuan, serta wawasan khususnya pada teori etika bisnis Islam, serta sebagai sumbangan pemikiran bagi penelitian yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sebuah saran dan solusi mengenai strategi pengurangan kuantitas penjualan produk makanan oleh penjual yang sesuai dengan etika bisnis Islam dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi masukan bagi masyarakat khususnya bagi para penjual makanan.

E. Kajian Pustaka

Penelitian ini tidak terlepas dari para penelitian sebelumnya yang banyak digunakan untuk menginspirasi penulis, penelitian terdahulu yang dimaksud antara lain sebagai berikut:

Dalam skripsi Nailal Hidayati yang berjudul “Penentuan Harga Pedagang Kaki Lima Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Jl. Malioboro Yogyakarta)”. Skripsi ini terdapat pembahasan mengenai penentuan harga yang dilakukan oleh pedagang makanan kaki lima di Jalan Malioboro Yogyakarta dalam penerapannya sudah sesuai dengan etika bisnis Islam,

namun ada sebagian kecil pedagang yang tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan kejujuran. Hal ini didasarkan pada hasil wawancara terhadap responden pedagang makanan kaki lima dengan mengambil sampel 10% dari seluruh pedagang makanan, dan hasilnya 3% di antaranya dinyatakan tidak adil serta tidak jujur dalam menentukan harga karena membedakan harga antara pembeli lokal dan pembeli non lokal tanpa sepengetahuan pembeli. Persamaan skripsi Nailal dengan skripsi penulis adalah sama-sama membahas tentang pedagang atau penjual yang ditinjau dari etika bisnis Islam. Perbedaannya yaitu skripsi Nailal membahas tentang pedagang yang menentukan harga yang berbeda kepada pembeli, sedangkan skripsi penulis membahas tentang strategi pengurangan kualitas penjualan produk makanan, dengan cara mengurangi takaran saat jual beli jika harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, tetapi harga jual produk tetaplah sama seperti biasa. Penjual tidak bisa menaikkan harga produk dikarenakan para penjual berjualan di Desa bukan di daerah perkotaan, yang mana orang Desa rata-rata perekonomian masih menengah ke bawah.²⁰

Dalam skripsi Aprilia Dwi Putri yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Pada Pedagang Di Simpung Center Bandar Lampung”. Skripsi ini terdapat pembahasan mengenai para pedagang belum semuanya menerapkan etika bisnis islam dalam jual beli karena masih ada beberapa pedagang yang melanggar etika bisnis dalam bertransaksi. Persamaan

²⁰ Nailal Hidayati, “Penentuan Harga Pedagang Kaki Lima Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Jl. Malioboro Yogyakarta)” *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020).

skripsi Aprilia dengan skripsi penulis yaitu sama-sama membahas penjualan oleh pedagang yang ditinjau dari etika bisnis Islam. Perbedaannya yaitu skripsi Aprilia hanya membahas praktik yang dilakukan oleh pedagang dengan meninjau Etika bisnis Islam, sedangkan skripsi penulis mengamati praktik penjualan produk makanan dan melihat dari sisi para pelanggannya yang merasa dirugikan, karena Penjual mengurangi takaran tanpa sepengetahuan pembeli hanya disaat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga.²¹

Dalam skripsi Umi Hafifah yang berjudul “Transaksi Penjualan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Baju Mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat)”. Skripsi ini terdapat pembahasan mengenai transaksi penjualan yang dilakukan oleh Toko Baju Mas Bro dalam melayani seorang pembeli, penetapan harga suatu produk, dan etika yang dipakai dalam praktik jual beli sudah sesuai dengan etika bisnis Islam.²² Persamaan skripsi ini dengan skripsi penulis yaitu sama-sama membahas penjualan produk ditinjau dari etika bisnis Islam. Perbedaannya yaitu skripsi Umi membahas tentang produk baju, penetapan harga produk dan pelayanan pembeli. Sedangkan dalam skripsi penulis membahas tentang strategi pengurangan

²¹ Aprilia Dwi Putri “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Pada Pedagang Di Simpung Center Bandar Lampung” Skripsi (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021).

²² Umi Hafifah, “Transaksi Penjualan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Baju Mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat)” *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2015).

kuantitas makanan jika harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga.

Dalam skripsi Alfandi Prakoso dengan judul “Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan Di Yogyakarta Pada Saat Pandemi *Covid-19* Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (*Survival Strategy In Snack Food Business In Yogyakarta During Covid-19 Pandemic From Islamic Business Ethics*)”. Skripsi membahas Yangko Ngudi Roso Bu Darto, dan Kipo Bu Djito yang melakukan suatu strategi pengurangan (*retrenchment*) dengan mengurangi besarnya biaya operasional seperti mengurangi pembelian bahan baku, mengurangi kapasitas produksi yang diperoleh, dan pengurangan pada bagian SDM usaha. Strategi yang diterapkan tersebut dianggap menjadi salah satu upaya langkah usaha makanan camilan untuk tetap dapat bertahan saat masa pandemi *Covid-19*.²³

Persamaan antara skripsi yang ditulis oleh Alfandi Prakoso dengan skripsi penulis adalah sama-sama membahas tentang strategi dalam jual beli makanan dan ditinjau dari etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya dalam skripsinya Alfandi Prakoso membahas strategi yang di terapkan untuk mempertahankan usahanya dalam masa *Covid-19*. Seperti pengurangan pada bahan baku, produksi dan SDM usaha. Dan makanan yang digunakan berupa cemilan yang sudah dikemas, takaran yang sama dan jelas terlihat saat

²³ Alfandi Prakoso, “Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan Di Yogyakarta Pada Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (*Survival Strategy In Snack Food Business In Yogyakarta During Covid-19 Pandemic From Islamic Business Ethics*).” *Skripsi* (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2024).

dilakukan jual beli. Sedangkan penulis meneliti mengenai strategi pengurangan makanan yang dilakukan penjual atau pedagang kuliner, serta bukan makanan kemasan. Takaran dapat dikurangi atau ditambah saat dilakukan akad jual beli. Dan pengurangan makanan dilakukan tanpa diketahui oleh pembeli. Pengurangan kuantitas tersebut hanya dilakukan jika harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga.

Dalam skripsi Rivaldo Afnario yang berjudul “Strategi Bertahan Pengusaha Kuliner Di Kabupaten Sleman Di Masa Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam (*Strategies For Surviving In A Pandemic Culinary Entrepreneurs In Sleman Regency on Islamic Business Ethics*)”. Skripsi ini membahas tentang pengurangan bahan baku dan adanya perampangan pada bagian SDM di setiap unit usaha kuliner. Dan terdapat dua unit pelaku usaha kuliner yakni Capcuzz dan Sarisa Merapi yang masih belum menerapkan suatu prinsip tolong menolong dalam upaya mempertahankan usahanya dalam kondisi situasi pandemic.²⁴

Persamaan antara skripsi yang ditulis oleh Rivaldo Afnario dengan skripsi penulis adalah sama-sama membahas mengenai strategi jual beli suatu usaha kuliner dan ditinjau dari etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya skripsi ini membahas strategi untuk mempertahankan usaha kuliner dalam masa pandemi, seperti melakukan pengurangan pada bahan baku yang

²⁴ Rivaldo Afnario, "Strategi Bertahan Pengusaha Kuliner Di Kabupaten Sleman Di Masa Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam (Strategies For Surviving In A Pandemic Culinary Entrepreneurs In Sleman Regency on Islamic Business Ethics)" *Skripsi* (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2023).

digunakan dan perampangan SDM. Dalam prinsip etika penelitian ini menerapkan prinsip kejujuran, dan terdapat pedagang yang belum menerapkan prinsip tolong menolong. Sedangkan penulis lebih fokus pada strategi pengurangan porsi makanan oleh penjual kuliner secara langsung saat jual beli, tanpa di ketahui pembeli. Dan banyaknya pengurangan dapat berubah sesuai dengan kemahalan bahan baku yang digunakan. Prinsip yang ditekankan untuk diteliti yakni kejujuran dan keadilan dan kepuasan dari pembeli.

Dalam skripsi Siti Laeliah yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Usaha Kang Bagong Catering Semarang)”. Skripsi Siti membahas tentang beberapa strategi yang diterapkan secara umum hal ini sejalan dengan teori yang ada. Namun, ada beberapa faktor yang membuat strategi Kang Bagong Catering kurang sempurna. Dalam strategi integrasi vertikal, perhatian terhadap pemasok kurang (strategi integrasi horizontal). Selain itu, dari segi intensitas, strategi pemasaran tertentu tidak seefektif strategi penetrasi pasar, oleh karena itu Kang Bagong Catering hanya fokus pada satu strategi, yaitu strategi penetrasi pasar.²⁵ Persamaan skripsi Siti dengan penulis yaitu sama-sama membahas mengenai strategi dalam bisnis kuliner. Perbedaannya yaitu skripsi siti membahas mengenai strategi pengembangan bisnis kuliner dan

²⁵ Siti Laeliah, “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Usaha Kang Bagong Catering Semarang)” *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017)

perspektif ekonomi Islam. Sedangkan penulis menganalisis strategi pengurangan makanan oleh penjual, yang ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam.

Dari beberapa skripsi karya-karya yang telah dipahami oleh penulis, sudah ada yang membahas hanya saja tidak sama dengan skripsi penulis, oleh karena itu dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai Analisis Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan oleh Penjual Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas).

F. Sistematika Pembahasan

Secara umum, hasil penelitian ini disusun dengan cara yang sistematis, dan bagian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum kepada pembaca tentang isi skripsi ini. Sistematika yang dimaksud dapat diurutkan dalam susunan berikut:

Bab pertama berisi tentang pendahuluan yang menjelaskan dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

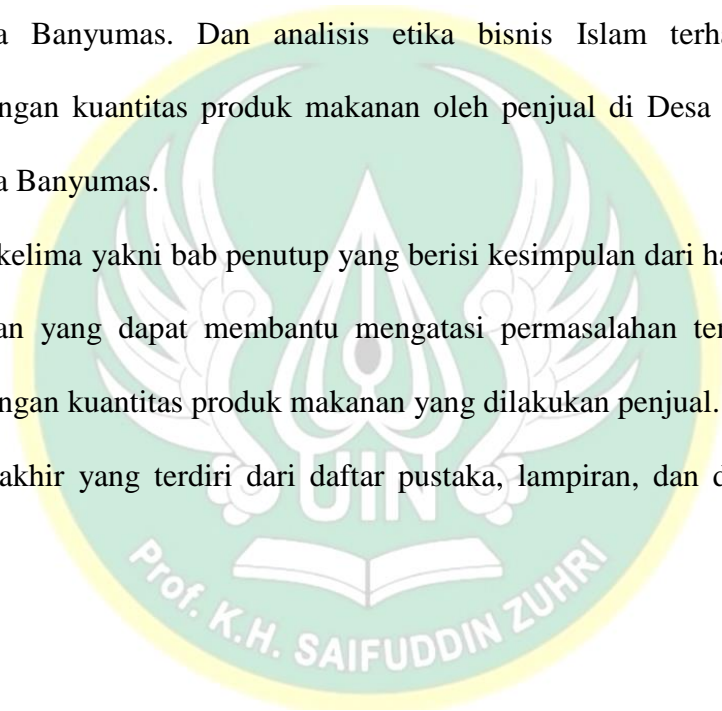
Bab kedua berisi landasan teori yang dijelaskan secara detail sesuai teori yang diambil peneliti mengenai objek penelitian. Dalam landasan teori ini diuraikan secara deskriptif tentang konsep strategi yang meliputi: pengertian, tujuan, strategi pengurangan, penerapan strategi bisnis oleh Nabi Muhammad SAW, dan pengertian etika bisnis Islam, dasar hukum etika bisnis Islam, nilai dasar dan prinsip umum etika bisnis Islam, dan praktik bisnis yang melanggar etika (Mal Bisnis).

Bab ketiga berisi metode penelitian, yang terdiri dari beberapa uraian yang meliputi jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, objek dan subjek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data

Bab keempat berisi hasil penelitian dan pembahasan yang memaparkan mengenai gambaran umum Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas dan penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas. Praktik strategi pengurangan kuantitas produk makanan oleh penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas. Dan analisis etika bisnis Islam terhadap strategi pengurangan kuantitas produk makanan oleh penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.

Bab kelima yakni bab penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat membantu mengatasi permasalahan tentang strategi pengurangan kuantitas produk makanan yang dilakukan penjual.

Bagian akhir yang terdiri dari daftar pustaka, lampiran, dan daftar riwayat hidup.



BAB II

KONSEP STRATEGI DAN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Asal kata “strategi” adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*. Pengertian strategi menurut Glueck dan Jauch adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Secara umum, strategi adalah proses yang dilakukan oleh para pemimpin puncak untuk membuat rencana yang berpusat pada tujuan jangka panjang suatu organisasi, bersamaan dengan adanya penyusunan rencana atau strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

Secara khusus, Strategi merupakan langkah-langkah yang bersifat bertahap dan berkelanjutan, yang dilaksanakan berdasarkan pandangan tentang harapan pelanggan di masa depan. Oleh karena itu, strategi seringkali dimulai dari kemungkinan yang akan terjadi, bukan dari kondisi yang ada saat ini. Kecepatan inovasi pasar yang terus berkembang dan perubahan perilaku konsumen menuntut adanya kompetensi inti. Perusahaan harus menemukan kompetensi inti dalam bisnis yang dijalankannya.

Mimin Yatminiwati mengatakan dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa” bahwa strategi adalah rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan-tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan analisis dan pengamatan lingkungan.²⁶

Dari beberapa pengertian tentang strategi tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu cara seseorang atau perusahaan dalam memulai bisnisnya untuk mencapai tujuan dari usaha yang dilakukan, yakni keuntungan yang maksimal dan kepuasan dari para konsumen atau pelanggan.

2. Tujuan Strategi

Tujuan menggunakan beberapa strategi seperti strategi kepemimpinan adalah untuk menghasilkan produk yang memiliki berbagai karakteristik secara efisien. Perusahaan yang sukses menggunakan strategi kepemimpinan dan diferensiasi biaya terpadu biasanya dapat menyesuaikan diri dengan teknologi baru dan perubahan lingkungan eksternal dengan cepat, sementara produksi yang efisien adalah sumber yang mempertahankan biaya rendah. Mengembangkan dua sumber keunggulan kompetitif antara biaya dan diferensiasi, dan meningkatkan jumlah kegiatan utama dan bantuan di mana bisnis harus bisa menjalankannya. Perusahaan jenis ini biasanya memiliki hubungan yang kuat dengan pihak luar yang

²⁶ Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa* (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2019) hlm. 3

membantu menyempurnakan beberapa kegiatan utama dan dukungan. Memiliki keterampilan dalam jumlah aktivitas yang lebih besar pada gilirannya membuat organisasi lebih fleksibel. Jadi, menurut para ahli di atas, perusahaan dapat menggabungkan dan menerapkan berbagai strategi generik.²⁷

3. Strategi Pengurangan

Dalam situasi di mana perusahaan berada dalam posisi kompetisi yang lemah, tanpa mempertimbangkan daya tarik industrinya, mereka dapat menggunakan strategi pengurangan atau retrenchment. Dengan adanya kinerja yang buruk, penjualan yang menurun, dan kerugian biasanya disebabkan oleh posisi kompetisi yang buruk. Ada banyak strategi pengurangan, seperti berputar, jual habis, kebangkrutan, dan likuidasi.

Posisi kompetitif perusahaan yang lemah di industri dengan daya tarik sedang atau bahkan menurun menyebabkan strategi jual habis ini digunakan. Strategi ini digunakan karena tidak dapat menggunakan strategi berputar lagi. Kebangkrutan adalah ketika manajemen perusahaan diserahkan kepada pengadilan untuk menyelesaikan hutang perusahaan. Manajemen perusahaan berharap bahwa setelah pengadilan memutuskan tuntutan, perusahaan akan menjadi lebih kuat dan dapat bersaing dengan lebih baik di industri. Salah satu cara untuk menutup bisnis adalah likuidasi.

²⁷ Linda Maryani dan Harmon Chaniago, "Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri Fashion" *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Vol. 5, No. 1, 2019 hlm. 52

Karena industri tidak lagi menarik dan bisnis terlalu lemah untuk dijual, manajemen dapat memilih untuk mengubah sebanyak mungkin kekayaan yang dapat dijual ke dalam bentuk kas. Kekayaan ini kemudian dibagikan kepada pemegang saham setelah mereka membayar hutang mereka. Dibandingkan dengan kebangkrutan, likuidasi memungkinkan dewan komisaris dan manajemen puncak untuk membuat keputusan sendiri daripada menyerahkannya kepada pengadilan, yang mungkin mengabaikan pemegang saham.²⁸

Pengurangan, juga dikenal sebagai *retrenchment*, adalah strategi untuk mengurangi biaya dengan mengurangi sebagian dari aset organisasi untuk mengimbangi penurunan penjualan dan keuntungan. Metode ini digunakan saat:

- a. Memiliki kemampuan tertentu, tetapi selalu tidak dapat memenuhi tujuan dan sasaran.
- b. Perusahaan adalah salah satu pesaing terburuk di industri.
- c. Adanya ketidakefisienan, moral karyawan yang tidak baik, keuntungan yang tidak meningkat, dan tekanan dari pemegang saham untuk memperbaiki diri.
- d. Reorganisasi internal sangat diperlukan karena perusahaan berkembang dengan cepat.²⁹

²⁸ Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa* (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2019) hlm. 48

²⁹ Mimin Yatminiwati, *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa* (Jawa Timur: Widya Gama Press, 2019) hlm. 53

4. Penerapan Strategi Bisnis oleh Nabi Muhammad SAW

a. Strategi Produk

Dalam al-Qur'an, terdapat dua istilah digunakan untuk menggambarkan produk: al-thayyiat dan al-rizq. Kata "al-thayyiat" digunakan 18 kali, sedangkan kata "al-rizq" digunakan 20 kali. Al-Thayyibat merujuk pada hal-hal yang baik, murni, bersih, dan murni, baik dan menyeluruh, serta makanan terbaik. Al-Rizq merujuk pada makanan yang diberkahi Tuhan, pemberian yang menyenangkan, Menurut Islam, produk yang dibeli oleh konsumen adalah bahan yang berguna, dapat dikonsumsi, dan bermanfaat yang menghasilkan perbaikan material, moral, dan spiritual bagi pembeli. Dalam arti Islam, sesuatu yang tidak berguna dan dilarang bukan merupakan produk. Barang ekonomi konvensional adalah barang yang berguna secara moral dan dapat dipertukarkan. Kualitas, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merek, kemasan, ukuran, layanan, jaminan, dan pengembalian adalah semua aspek produk. Kualitas didefinisikan oleh pelanggan. Kualitas adalah seberapa baik produk sesuai dengan kebutuhan spesifik pelanggan. Kesitimewaan adalah karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk. Desain adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi bagaimana produk terlihat dan berfungsi sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Gaya ini mencerminkan perasaan dan penampilan

pelanggan. Kemasan diperlukan untuk menghasilkan manfaat tertentu, seperti perlindungan, kemudahan, keuntungan finansial, dan promosi.³⁰

b. Strategi Harga

Prinsip suka sama suka menentukan pendekatan harga yang digunakan Nabi Muhammad SAW. Tidak menyaingi harga orang lain, tidak menyongsong membeli sesuatu sebelum dijual, dan tidak berbohong adalah strategi harga lain yang digunakan Rasulullah SAW. Selain itu, semangat untuk membantu orang lain adalah pendekatan lain yang digunakan. Walaupun dengan sahabat dan keluarga terdekatnya, Nabi Muhammad menetapkan harga jual barang.³¹

c. Strategi Tempat

Pemilihan Tempat: Nabi Muhammad SAW lebih menganjurkan untuk berjual beli di pasar daripada di tempat lain. Pada masa Rasulullah SAW, orang banyak membeli makanan dari rombongan orang-orang berkendaraan. Nabi Muhammad SAW mengirim utusan kepada mereka untuk melarang mereka menjual makanan di tempat mereka beli, sehingga mereka dipindahkan ke tempat lain untuk menjualnya.

³⁰ Abdullah Sahroni, "Implementasi Strategi Pemasaran Rasulullah Dalam Konteks Kontemporer (Analisis di Swalayan Pamella Yogyakarta dan La Tansa Gontor Ponorogo)" *Jurnal Millah* Vol. XV, No. 1, 2015 hlm. 122

³¹ Abdullah Sahroni, "Implementasi Strategi Pemasaran Rasulullah Dalam Konteks Kontemporer (Analisis di Swalayan Pamella Yogyakarta dan La Tansa Gontor Ponorogo)" *Jurnal Millah* Vol. XV, No. 1, 2015 hlm. 123

d. Strategi Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Rasulullah SAW lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan, seperti berpenampilan menawan, membangun hubungan, mengutamakan keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan yang luar biasa, berkomunikasi, tanggap terhadap masalah, menciptakan perasaan satu komunitas, berintegrasi, terlibat, dan memberikan pilihan. Dengan wajah yang tampan, muka yang ceria, telapak tangan yang lembut, dan bau keringat yang harum, penampilan Rasulullah ketika menjual barang dagangan sangat menarik. Beliau mengatakan bahwa membangun hubungan atau silaturahmi adalah kunci keberhasilan pemasaran. Salah satu pendekatan promosi yang digunakan Rasulullah adalah memahami pelanggan dan memprioritaskan keberkahan daripada keberhasilan bisnis.³²

B. ETIKA BISNIS ISLAM

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Menurut etimologi, istilah "etika" berasal dari kata Yunani "*ethos*", yang berarti sikap, cara berpikir, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, dan watak kesusilaan. Aristoteles, filsuf Yunani, menggunakan istilah "etika" untuk menggambarkan filsafat moral. Oleh karena itu, etika mengacu pada prinsip, norma, dan standar perilaku yang mengatur individu dan kelompok

³² Abdullah Sahroni, "Implementasi Strategi Pemasaran Rasulullah Dalam Konteks Kontemporer (Analisis di Swalayan Pamella Yogyakarta dan La Tansa Gontor Ponorogo)" *Jurnal Millah* Vol. XV, No. 1, 2015 hlm. 124

untuk membedakan tindakan moral dan tidak moral. Dalam Islam, etika bisnis terdiri dari sejumlah perilaku etis bisnis yang disebut "*akhlaq al Islamiyah*", yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang berfokus pada hal-hal yang halal dan haram. Oleh karena itu, tindakan yang bermoral adalah tindakan yang mengikuti perintah Allah dan meninggalkan perintah-Nya. Al-Quran dan sunnaterrasul adalah sumber utama etika bisnis Islam, yang telah dibahas dalam banyak literatur. Pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis sepanjang waktu. Kepercayaan, keadilan, dan kejujuran adalah hal pokok supaya mencapai kesuksesan dalam berbisnis berjangka panjang.³³

Menurut Muhammad Djakfar dalam bukunya mengemukakan bahwa:

*on business ethics states that everyone who runs a business must adhere to Islamic business ethics, which is a moral standard based on the Qur'an and Hadith. Islamic business ethics is the morality of running a business according to sharia principles, so there is no need to worry about how to run a business because it is considered something good and right. Values that encourage human development are referred to as ethical, moral, ethical, or moral values, such as integrity, accuracy, justice, freedom, joy, and love. The application of these ethical principles will improve human nature as a whole.*³⁴

Menurut Muhammad Azhar Muttaqin dalam jurnalnya menjelaskan tentang Etika yakni:

أَلْأَخْلَاقُ لُغَةً : مِنْ كَلِمَةٍ خَلَقَ وَ هُوَ الطَّبِيعُ وَالسَّجِيَّةُ ، وَقِيلَ : الْمُرُوءَةُ وَاللَّيْنُ ، قَالَ

³³ Desi Efilianti "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha" *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1, No. 2, 2018 hlm. 173

³⁴ Khaira Nazla Al Naquib. "Implementation of Islamic Business Ethics on The Scale of International Trade" *Jurnal Muamalatuna*, Vol. 14 No. 2, 2022 hlm. 173

الْعَلَامَةُ إِنْ فَارِسَ : "الْحَاءُ وَ اللَّامُ وَ الْقَافُ أَصَالَانِ : أَحَدُهُمَا تَغْيِيرُ الشَّيْءِ وَ الْآخَرُ
مُلَامَسَةُ الشَّيْءِ"³⁵

“Etika secara bahasa: dari kata “khalq” yang berarti budi pekerti dan budi pekerti, kemudian dikatakan: kesatriaan dan agama Ulama Ibnu Faris berkata: “Kha’, lam, dan qāf adalah dua istilah: yang satu berarti menghargai sesuatu, dan yang lainnya berarti menghargai sesuatu.”

Etika bisnis yang didasarkan pada kitab suci dan sunah Rasulullah SAW harus dipandang secara holistik, tidak hanya secara terpisah dari etika bisnis modern, tetapi juga dalam konteks yang lebih besar. Bisnis Islam harus dilihat sebagai bidang akademik yang mempelajari dan memberi pedoman praktis bagi pelaku bisnis dalam kegiatan sehari-hari.³⁶

2. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Mempelajari etika dari sudut pandang agama Islam, tentunya tidak lepas dari dasar hukum atau aturan yang menjadi payungunya, atas ketentuan yang mengatur hubungan hidup umat Islam di dunia. Aturan yang pokok bagi pedoman hidup umat Islam mengacu pada Al-Qur’an dan Hadist Nabi (Rasulullah Muhammad Saw).³⁷

1. a. Al-Qur’an a. QS. An-Nisa [4] ayat 29

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

³⁵ Muhammad Azhar Muttaqin, dkk. “Hubungan antara yurisprudensi dan etika serta dampaknya terhadap bisnis.”AL-AFKAR: *Journal for Islamic Studies* Vol. 6 No. 4 2023. hlm. 277

³⁶ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022, hlm. 15.

³⁷ Hendi Prihanto, *Etika Bisnis dan Profesi*, (Depok, PT Raja Grafindo Persada, 2018), hlm,

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”³⁸

b. QS. Al-Baqarah [2] ayat 42

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Dan janganlah kamu campur adukkan kebenaran dengan kebatilan dan (janganlah) kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahuinya.”³⁹

2. a. Riwayat Bukhari no hadis 6094 tentang kejujuran

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ: حَدَّثَنَا جَرِيرٌ، عَنْ مَنْصُورٍ، عَنْ أَبِي وَائِلٍ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: (إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّى يَكُونَ صِدِّيقًا. وَإِنَّ الْكُذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا).

“Dari Abdullâh bin Mas‘ûd Radhiyallahu anhu, ia berkata: Rasûlullâh Shallallahu alaihi wa sallam bersabda, Hendaklah kalian selalu berlaku jujur, karena kejujuran membawa kepada kebaikan, dan kebaikan mengantarkan seseorang ke Surga. Dan apabila seorang selalu berlaku jujur dan tetap memilih jujur, maka akan dicatat di sisi Allâh sebagai orang yang jujur. Dan jauhilah oleh kalian berbuat dusta, karena dusta membawa seseorang kepada kejahatan, dan kejahatan mengantarkan seseorang ke Neraka. Dan jika seseorang senantiasa berdusta dan memilih kedustaan maka akan dicatat di sisi Allâh sebagai pendusta (pembong).”⁴⁰

³⁸ Qur’an Kemenag, (<https://www.quran.kemenag.go.id>)

³⁹ Qur’an Kemenag, (<https://www.quran.kemenag.go.id>)

⁴⁰ Takhrij Hadits: Hadits ini diriwayatkan oleh Ahmad (I/384); al-Bukhârî (no. 6094) dan dalam kitab al-Adabul Mufrad (no. 386); Muslim (no. 2607 (105)); Abu Dawud (no. 4989); At-Tirmidzi (no. 1971); Ibnu Abi Syaibah dalam al-Mushannaf (VIII/424-425, no. 25991); Ibnu Hibban (no. 272-273-at-Ta‘liqâtul Hisân); Al-Baihaqi (X/196); Al-Baghawi (no. 3574); At-Tirmidzi berkata, —Hadits ini hasan shahih.

b. Riwayat Muslim No hadis 103 (2607)

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ وَهَنَّادُ بْنُ السَّرِيِّ. قَالَا: حَدَّثَنَا أَبُو الْأَحْوَصِ، عَنْ مَنْصُورٍ، عَنْ أَبِي وَائِلٍ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: (إِنَّ الصِّدْقَ بِرٌّ. وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ. وَإِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا. وَإِنَّ الْكَذِبَ فُجُورٌ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ. وَإِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ كَذَابًا)

“Abu Bakr bin Abu Syaibah dan Hannad ibnus Sari telah menceritakan kepada kami. Keduanya berkata: Abdul Ahwash menceritakan pada kami, dari Manshur, dari Abu Wa’il, dari ‘Abdullah bin Mas’ud, beliau berkata Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda, “Sesungguhnya jujur adalah kebajikan, dan sesungguhnya kebajikan itu akan mengantarkan ke surge. Dan sungguh seorang hamba dia bertekad berbuat jujur sampai ia dicatat di sisi Allah sebagai orang yang benar-benar jujur. Dan sesungguhnya kedustaan itu adalah kefakiran, dan sesungguhnya kefakiran itu akan mengantarkan ke neraka. Dan sungguh seorang hamba bertekad untuk berbuat dusta sampai ia dicatat sebagai pendusta.”⁴¹

3. Prinsip dan Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam

Para sarjana muslim membagi prinsip atau aksioma etika bisnis Islam ke dalam beberapa bagian. Menurut Beekun yang menyebutkan lima aksioma atau prinsip dasar dalam etika bisnis Islam.

a) Prinsip kesatuan (*Tauhid*)

Merupakan pondasi awal dalam agama Islam. Dan refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang homogen, konsisten dan

⁴¹ Muslim: imam. *Shahih Muslim* (Beirut: Dar Al Kutub al Ilmiyyah) jilid 8, 405

teratur.⁴² Prinsip keesaan dapat tergambar dalam konsep tauhid, yang merupakan dimensi vertikal dalam Islam. Yakni hubungan antara seorang hamba dengan sang pencipta.⁴³

b) Prinsip keseimbangan (*adl*) dan Jujur

Dapat dipahami bahwa keseimbangan atau keadilan (*adl*) merupakan dimensi horizontal ajaran Islam yang harmoni dengan alam semesta. Pada perdagangan, yang menjadi syarat utama agar tercapai keadilan adalah adanya mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) suatu produk ketika ditimbang.

Salah satu etika yang dianjurkan oleh Islam dalam hal berbisnis yakni, kejujuran, tidak hanya sekedar menanamkan kejujuran, islam juga secara tegas mengecam orang-orang yang curang dalam menakar takaran dan timbangan. Bahwa dalam Islam, tidak hanya dianjurkan untuk berperilaku adil dan jujur, tetapi juga melarang orang-orang yang berbuat tidak adil, inilah salah satu etika bisnis yang diajarkan oleh Islam bahwa, dalam melakukan bisnis tidak terlepas dari etika bisnis berupa kejujuran dan keadilan. Etika lain yang dianjurkan oleh agama islam adalah nilai-nilai keadilan. Adil dalam etika bisnis islam yakni tidak membeda-bedakan antara yang satu dengan yang lain, antara yang kaya dengan yang miskin, tidak memandang orang berdasarkan status sosial, suku dan ras serta agama. Para pedagang harus adil dan jujur dalam

⁴² Desi Efilianti “Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha” *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1, No. 2, 2018 hlm. 179

⁴³ Ma’rifah Yuliani, *Buku Ajar Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Perilaku yang Dilarang dalam Bisnis dengan Landasan Islam*, Bandung: Widina Media Utama, 2023, hlm.21

menetapkan harga yang sebanding dengan kualitas barang yang dijual, dalam melayani pembeli, dan dalam menjelaskan kualitas barang yang diperjualbelikan.⁴⁴

William C, Byham dalam bukunya menyatakan bahwa:

*“Business ethics build trust, and trust is the basic of modern business. If we accept the view, argued for earlier, that there are not two moralities-one for individuals and one for business-but a common moral framework for judging both individual and corporate activities, then we can gain some guidance for business behavior by looking at what philosophers have seen as the morally good life”*⁴⁵

Dalam pernyataan di atas William C. Byham mengatakan bahwa etika bisnis membangun kepercayaan dan kepercayaan adalah dasar dari pada bisnis modern. Oleh karena itu, sikap adil dapat mendekatkan kepada takwa, karena dalam perdagangan Islam melarang aktivitas yang dapat merugikan orang lain yang akan berpengaruh pada kepercayaan pelanggan. Prinsip keseimbangan berlaku secara harfiah dalam dunia bisnis.⁴⁶

- c) Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*) dimaksudkan bahwa manusia diberikan keleluasaan untuk membimbing arah kehidupannya. Berdasarkan prinsip ini, dalam perdagangan manusia diperbolehkan untuk membuat suatu perjanjian, baik perjanjian itu dilaksanakan atau iingkarinya.

⁴⁴ Adila Afifah Mampa, dkk “Etika Bisnis Islam Dalam Perilaku Bisnis Pedagang Muslim Makassar Kota Manado”: *Journal of Economics and Islamic Economics* Vol. 2, No. 2, 2022 hlm. 127

⁴⁵ George Chrystiders & John EH Kaler, *An Introduction to Business Ethics* (London: Chapman & Hall, 1993), 249

⁴⁶ Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis Islam (Suatu Pengantar)*, Aceh: Sefa Bumi Persada, 2022, hlm. 49

- d) Prinsip tanggung jawab (*fard*). Prinsip pertanggungjawaban saling berkaitan dengan prinsip kehendak bebas. Prinsip kehendak bebas membatasi perbuatan yang dilakukan manusia dengan bertanggung jawab atas semua perbuatannya.
- e) Prinsip kebajikan (*ihsān*) diartikan dalam bentuk perilaku, seperti beradab, berbuat baik, memberikan maaf dan suka membantu orang lain yang mengalami kesulitan. Dengan prinsip kebajikan ini, maka etika Islam sangat memperhatikan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan ketika melakukan aktivitas dalam perdagangan.

Dengan demikian, kelima aksioma tersebut telah menjadi tolak ukur untuk membangun suatu bisnis/perdagangan. Berdasarkan aksioma tersebut, terdapat nilai-nilai dasar yang harus dimiliki setiap insan dalam kegiatan bisnisnya.⁴⁷

4. Praktik Bisnis yang Melanggar Etika (Mal Bisnis)

a) Praktik Riba

Secara etimologis, riba berasal dari kata *ra-ba ra-ba* yang berarti *ziyadah* (tambah) dan *nami* (tumbuh). Sedangkan secara epistemologis, riba adalah suatu kelebihan yang disengaja dari modal pokok. Diharamkannya praktik riba karena melanggar prinsip “*la tahzlimuna wa la tuzhlamun*” yaitu janganlah mendzalimi dan jangan didzalimi. Hal itu

⁴⁷ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022, hlm. 80.

menunjukkan bahwa praktik riba dilarang untuk dilakukan dalam sebuah transaksi karena berhubungan dengan etika.⁴⁸

b) Praktik Suap

Suap adalah memberikan sesuatu kepada seseorang dengan harapan orang tersebut bersedia melakukan pelanggaran hukum untuk menuruti apa yang diinginkan pemberi suap. Sedangkan risywah menurut istilah adalah praktik pemberian uang atau barang atau iming-iming sesuatu kepada masa (*voters*) secara berkelompok atau individual, untuk mendapatkan keuntungan politis (*political again*). Artinya tindakan money politic itu dilakukan secara sadar oleh pelakunya.⁴⁹ Larangan *risywah* dalam penerapan etika bisnis islam salah satunya di perbankan syariah jelas karena dua unsur fatwa yang merupakan prinsip syariah dari perbankan syariah terkandung dalam *risywah* yakni haram dan zalim.⁵⁰

c) Mengurangi Timbangan atau Takaran

Menurut Mujahidin timbangan atau takaran merupakan alat ukur yang umum digunakan oleh penjual/pedagang dalam proses transaksi jual beli. Yang dapat dihitung skalanya yang diperjual belikan dalam bentuk satuan ons, kilogram, kwintal, dan lain-lain dengan menggunakan

⁴⁸ Muhamad Izazi Nurjaman dan Syahrul Anwar “Praktik Riba Dan Bunga Bank: Telaah Etika Dalam Ekonomi Islam” *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* Vol. 10, 2022 hlm. 10

⁴⁹ Aisyah Sumayyah dan Rachmad Rizqy Kurniawan “Larangan Risywah Pada Penerapan Etika Bisnis Islam Di Perbankan Syariah” *Manajmen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI*, 2021, hlm. 4

⁵⁰ Aisyah Sumayyah dan Rachmad Rizqy Kurniawan “Larangan Risywah Pada Penerapan Etika Bisnis Islam Di Perbankan Syariah” *Manajmen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI*, 2021, hlm. 6

timbangan.⁵¹ Salah satu cermin keadilan adalah menyempurnakan timbangan dan takaran. Menakar yang benar dan sesuai dianggap tidak mengambil hak dari orang lain, karena nilai timbangan dan ukuran yang tepat serta standar benar-benar harus diutamakan dan ini adalah perintah Al-Qur'an yang terdapat dalam Q.S. al-Mutaffifin.⁵²

d) *Jual Beli Gharar*

Secara bahasa, kata *gharar* berarti *al-khatar* yakni sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Dari arti kata itu, *gharar* dapat berarti sesuatu yang lahirnya menarik tetapi dalamnya belum jelas diketahui. *Gharar* termasuk yang terlarang dalam bisnis dan transaksi Islam karena adanya unsur meragukan dan tidak jelas pada salah satu atau seluruh rukun transaksi.⁵³

e) *Menimbun Barang Penimbunan*

Adalah pengumpulan barang-barang tertentu yang dilakukan dengan sengaja sampai batas waktu untuk menunggu tingginya penimbunan dalam bahasa Arab disebut *ihthakar* bermakna *istabadda* yang berarti bertindak sewenang-wenang. *Ihthakar* ialah menimbun barang (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar

⁵¹ Pipit Putriani, dkk, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Penggunaan Timbangan Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Desa Rawa Jaya Kec. Tabir Selatan Kab. Merangin Jambi)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* Vol.1, No.6, 2023, hlm. 33

⁵² Syaifullah, "Etika Jual Beli Dalam Islam". *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, 2014, hlm. 383

⁵³ Nuhbatul Basyariahlhm "Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital" *Jurnal Studi Islam* Vol. 7, No. 1, 2022 hlm. 57

harganya suatu saat menja di naik dan keuntungan besar pun diperoleh).

Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.⁵⁴

f) Penipuan (*al-Ghabn dan Tadlis*)

Ghabn disebut *khid* (penipuan) jika sudah sampai pada taraf keterlaluhan (keji). Jika *ghabn* memang telah terbukti maka pihak yang tertipu boleh memilih sesukanya, antara membatalkan atau meneruskan jual-belinya. Artinya, jika telah tampak adanya unsur penipuan dalam jual-beli maka pihak yang tertipu boleh mengembalikan harganya dan meminta kembali barangnya, jika dia seorang penjual; atau boleh mengembalikan pembeliannya dan mengambil kembali uangnya jika dia seorang pembeli, sama sekali tidak dibolehkan meminta ganti rugi.⁵⁵

g) Korupsi dan Kolusi

Secara etimologis korupsi berasal dari kata latin *corruption* atau *corruptus* yang kemudian muncul dalam bahasa inggris dan Perancis *Corruption*, dalam bahasa Belanda *Korruptic* dan selanjutnya dalam bahasa Indonesia dengan sebutan “Korupsi” yang berarti jahat atau busuk, rusuk atau dapat disuap. Sedangkan kolusi adalah persengkokolan antara dua orang atau lebih untuk melakukan kejahatan baik kejahatan politik maupun kejahatan ekonomi.⁵⁶

⁵⁴ Aris Baidowi, “Etika Bisnis Perspektif Islam” *JHI* Vol. 9, No. 2, 2011 hlm. 5

⁵⁵ Muhammad Ala’uddin “Etika Bisnis Menurut Perspektif Islam” *Qomaruddin Islamic Economy Magazine* Vol. 4 No.1, 2018 hlm. 108

⁵⁶ Masruchin, “Etika Individu Dan Organisasi Dalam Bisnis” *Jurnal Studi Ekonomi Syariah* Vol. 2 No. 2018 hlm. 95

h) Monopoli atau Oligopoli Monopoli

Adalah situasi pasar dimana hanya ada satu atau segelintir perusahaan yang menjual produk atau komoditas tertentu yang tidak punya pengganti yang mirip dan ada hambatan bagi perusahaan lain untuk masuk dalam bidang industri atau bisnis tersebut.

i) Praktik Judi

Judi dalam bahasa Arab disebut *al-maisir*, *al-qimarrahana* *fi al-qimar la'bu al-qimar*, *muqamawag*, *maqmarah* (rumah judi). Seorang yang melakukan perjudian memiliki sifat kecanduan yang senantiasa beriming-iming untuk memiliki harta yang melimpah.⁵⁷

j) *Ghasab*, Mencuri, dan Merampok

Ghasab adalah pengambilan oleh seorang akan hak orang lain dan menguasainya dengan cara permusuhan dan penindasan. Jika pengambilan dilakukan secara rahasia disebut pencurian, dengan cara kesombongan disebut merampas, dengan cara menguasai disebut manipulasi, dan mengambil barang yang diamanatkan disebut pengkhianatan.

Ghasab dijelaskan dalam Al-Qur'an QS. Al Kahfi (18) ayat 79:⁵⁸

أَمَّا السَّفِينَةُ فَكَانَتْ لِمَسْكِينٍ يَعْمَلُونَ فِي الْبَحْرِ فَأَرَدْتُ أَنْ أَعِيبَهَا وَكَانَ وَرَاءَهُمْ
مَلِكٌ يَأْخُذُ كُلَّ سَفِينَةٍ غَصْبًا ﴿٧٩﴾

⁵⁷ Andi Tamaruddin, "Analisis Pengaruh Judi Online Dalam Keberadaannya Serta Prinsip Dalam Prespektif Hukum Islam" *Social Science Journal* Vol. 3, No. 1, 2024, hlm. 13

⁵⁸ Muhammad Toriq Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Praktek*, Yogyakarta: CV Cakrawala Media Press, 2021), hlm. 83.

“Adapun perahu itu adalah milik orang-orang miskin yang bekerja di laut. Maka, aku bermaksud membuatnya cacat karena di hadapan mereka ada seorang raja (zalim) yang mengambil setiap perahu (yang baik) secara paksa.”⁵⁹



⁵⁹ Qur'an Kemenag, (<https://www.quran.kemenag.go.id>)

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dipilih sebagai cara untuk mengumpulkan data dan informasi yang akurat dalam sebuah studi. Peneliti akan memeriksa seluruh data yang dikumpulkan dengan metode yang telah dipilih untuk menemukan solusi terhadap masalah penelitian.⁶⁰ Metode penelitian dapat membantu memberikan gambaran umum tentang jenis metode analisis yang digunakan oleh penulis selama berlangsungnya masa penelitian ini. Metode analisis tersebut membahas mengenai Analisis Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan Oleh Penjual Perspektif Etika Bisnis Islam” (Studi Kasus di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas). Agar penelitian ini memperoleh hasil yang optimal, maka diperlukan beberapa cara, antara lain sebagai berikut:

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan penulis yaitu penelitian kualitatif (*field research*) dengan penekanan pada penelitian yang dilakukan di lapangan. Cara ini merupakan metode pengumpulan data langsung dari sumber utama, yaitu orang-orang yang mengetahui norma-norma dan dapat mengumpulkan data dengan menggunakan cara-cara seperti observasi, wawancara dan sebagainya.⁶¹ Dalam penelitian ini sasaran penelitian yang dimaksud adalah para pedagang beserta pelanggan, yang mana pedagang melakukan praktik strategi

⁶⁰ Feny Rita Fiantika, dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sumatera Barat : PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm 1

⁶¹ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Bajarmasin: Antasari Press, 2011),hlm.15.

pengurangan kualitas produk makanan yang ada di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengamati secara langsung, melakukan wawancara, dan melakukan dokumentasi yang dilakukan kepada penjual dan pelanggan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas. Dalam hal ini, penjual melakukan praktik penyesuaian kualitas terhadap produk makanan. Penelitian ini berlangsung mulai bulan September 2024 sampai Desember 2024. Lokasi atau tempat penelitian berada di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.

Alasan akademis pemilihan Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas yakni di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas banyak penjual produk makanan yang mempraktekkan strategi pengurangan kualitas produk makanan, disaat bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, berbeda dengan daerah lain terutama perkotaan, yang mana penjual dapat menaikkan harga jual disaat bahan-bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga. Seperti dalam skripsi Nailal Hidayati yang berjudul “Penentuan Harga Pedagang Kaki Lima Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Jl. Malioboro Yogyakarta)”. Skripsi ini terdapat pembahasan mengenai penentuan harga yang dilakukan oleh pedagang makanan kaki lima di Jalan Malioboro Yogyakarta, yang mana para pedagang memberikan harga yang berbeda antara penduduk lokal dan para Turis yang datang dari berbagai wilayah. Skripsi ini menjelaskan juga bahwa pedagang yang berada di Kota atau tempat Turis berwisata dapat menaikkan harga jual sesuai keinginan penjual. Berbeda dengan Desa Kedungrandu

Patikraja Banyumas, penjual tidak dapat menaikkan harga jual karena besarnya kemungkinan pelanggan akan berpindah ke lain penjual yang lebih murah dan rata-rata pelanggan dari kalangan ekonomi menengah ke bawah.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam penelitian yang akan diteliti terdapat subjek yaitu para pedagang dan pelanggan yang mana Penjual melakukan praktik strategi pengurangan Kuantitas produk makanan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas. Objek Peneliti yakni Nining Penjual Tahu Kupat, Kiman Penjual Mie Ayam, Wiji Penjual Bubur Ayam, dan Penjual lainnya yang ada di Desa Patikraja Banyumas, khususnya para Penjual yang melakukan praktik strategi pengurangan kuantitas. Menentukan kriteria informan atau narasumber dalam penelitian guna memperoleh data yang relevan dengan objek kajian peneliti. penulis menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel melalui pertimbangan tertentu.⁶² Dalam Penelitian ini mengambil 5 penjual dari 82 penjual Penjual yang menjadi subjek yang memiliki kriteria untuk dijadikan subjek dipenelitian ini yaitu:

- a. Warga asli Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas
- b. Sudah berjualan minimal 1 Tahun
- c. Penjual yang masih berjualan dan menetap
- d. Melakukan praktik strategi pengurangan kuantitas produk

Selain itu, Kriteria pelanggan yang peneliti pilih yaitu:

- a. Umur 17 tahun keatas

⁶² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, hlm. 137.

- b. Warga asli Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas
- c. Pelanggan dari 5 Penjual yang peneliti jadikan subjek penelitian
- d. Menjadi Pelanggan lebih dari 1 tahun

Alasan peneliti memilih hanya 5 Penjual dari 82 Penjual, karena Penjual yang lainnya belum memenuhi kriteria untuk dijadikan subjek dari penelitian ini dan Penjual yang sudah terpilih juga termasuk objek yang dibutuhkan dipenelitian ini berdasarkan informasi yang didapat. Alasan peneliti memilih 5 pelanggan karena sudah memenuhi kriteria subjek penelitian.

Objek Penelitian Objek penelitian adalah yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu, praktik strategi pengurangan Kuantitas produk makanan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas. Yang mana Penjual tidak memberitahu jika melakukan praktik strategi pengurangan kuantitas di saat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga.

D. Sumber Data

Data penelitian dibagi menjadi dua sumber, yaitu sumber pertama dan sumber kedua. Ada dua kumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertamanya dan dikumpulkan secara langsung. Data ini adalah yang paling murni dalam karakteristiknya dan belum diproses dengan metode statistik

apapun.⁶³ Data yang digunakan bersumber dari pihak pelaku usaha yang memuat data utama dan didapatkan secara langsung di lapangan. Data tersebut diperoleh dari hasil wawancara kepada narasumber yaitu para penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas yang mempraktikkan strategi pengurangan kuantitas produk makanan di saat bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk makanan mengalami kenaikan harga. Peneliti menggunakan 5 pedagang dari 82 pedagang yang ada di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas. Alasan akademis peneliti memilih 5 pedagang sebagai informan karena peneliti sudah membeli dan mendapatkan informasi dari para pelanggan, bahwasanya dari beberapa pedagang yang ada di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, bahwasanya 5 pedagang tersebutlah yang selalu mempraktikkan strategi pengurangan produk makanan dalam jumlah yang banyak kepada pembeli disaat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Sumber-sumber data sekunder dapat mencakup jurnal, buku, laporan, dan lainnya.⁶⁴ Dan dari sumber-sumber lainnya yang relevan dengan penelitian ini yaitu strategi pengurangan kualitas produk makanan oleh penjual yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

⁶³ Meita Sekar Sari, "Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura" *Jurnal Ekonomi*, Vol.21 No 3, 2019, hlm. 311

⁶⁴ Abdurrahman Misno dan Ahmad Rifa'I, *Metode Penelitian Muamalah* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2018) hlm. 77

Dan mendapatkan data dan informasi dari beberapa pelanggan yang biasa membeli produk makanan pada pedagang, yang melakukan strategi pengurangan kuantitas produk makanan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.

E. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara Terstruktur

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui sesi tanya jawab lisan yang berlangsung secara satu arah mengenai isu yang sedang diteliti.⁶⁵ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara langsung yang merupakan wawancara terstruktur yang pertanyaannya sudah dipersiapkan oleh peneliti sebelum dilakukannya suatu wawancara. Adapun wawancara dilakukan dengan Pedagang yang melakukan strategi pengurangan kuantitas produk makanan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas. Dan para pelanggan dari pedagang yang melakukan strategi pengurangan kuantitas produk makanan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang sedang diteliti.⁶⁶ Dalam kegiatan observasi, peneliti mengamati secara langsung dan mencari informasi bagaimana kondisi para

⁶⁵ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006) hlm. 105

⁶⁶ Zuhri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Syakir Media Press, 2021) hlm.147

pengusaha atau pedagang yang ada di lapangan dan proses dari strategi pengurangan kuantitas penjualan produk makanan yang dipraktikkan oleh para pedagang yang ada di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pemeriksaan atau pencatatan laporan yang telah ada saat penelitian berlangsung.⁶⁷ Dokumentasi dibutuhkan untuk mempertajam suatu analisis yang berkaitan dengan objek dalam penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan dengan cara mencatat dan mengumpulkan dokumen-dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini pada pedagang dan pelanggan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas.

F. Metode Analisis Data

Setelah mengumpulkan data dari berbagai penelitian, baik yang berasal dari lapangan atau sumber primer, maupun dari literatur atau sumber sekunder, langkah berikutnya adalah menerapkan metode analisis data. Analisis data adalah proses atau teknik untuk mengolah data agar menjadi informasi yang dapat dipahami, sehingga karakteristik data tersebut bisa diidentifikasi dan digunakan untuk menemukan solusi, khususnya dalam konteks penelitian.⁶⁸ Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif karena sifatnya yang deskriptif.

⁶⁷ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011) hlm. 92

⁶⁸ Abdurrahman Misno dan Ahmad Rifa'I, *Metode Penelitian Muamalah* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2018) hlm. 82

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas Dan Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Gambaran Desa Kedungrandu

e. Kondisi Geografis

Secara geografis Desa Kedungrandu termasuk dalam wilayah Kecamatan Patikraja Kabupaten Banyumas, terletak di sebelah selatan Kabupaten Banyumas, dengan luas wilayah 422.400 Ha. Adapun batas-batas wilayahnya sebagai berikut:

- 1) Sebelah utara: Desa Sidabowa
- 2) Sebelah selatan: Desa Patikraja
- 3) Sebelah timur: Desa Pegalongan, Kelurahan Teluk
- 4) Sebelah barat: Desa Kedungwuluh Kidul

b. Kondisi Demografis

Desa Kedungrandu terletak pada ketinggian lebih kurang 1.500 MDPL. Orbitasi (Jarak dari Pemerintah Kecamatan, Kabupaten, Propinsi dan Pemerintah Pusat) sebagai berikut:

- 1) Ke Kecamatan : \pm 2 Km
- 2) Ke Kabupaten : \pm 9 Km
- 3) Ke Propinsi : \pm 235 Km
- 4) Ke Pemerintah Pusat : \pm 543 Km

Umumnya keadaan tanah yang berada di Desa Kedungrandu sebagian besar dataran rendah dan pegunungan dengan suhu antara 260 dan

320 derajat Celcius. Oleh karena itu, banyak orang dari luar desa yang berminat untuk memiliki sawah di wilayah itu, dengan keadaan seperti itu menguntungkan warga yang sebagian besar bekerja sebagai petani.⁶⁹

Di desa Kedungrandu terdapat perumahan di 3 (tiga) wilayah Kadus yaitu Kadus I, Kadus II. dan Kadus III Dengan begitu banyak penduduk pendatang sehingga jenis pekerjaannyapun beragam ada yang menjadi pegawai pemerintah, pedagang, buruh, swasta dan juga buruh tani, serta sopir.

Tabel 1. Mata Pencaharian Pokok Masyarakat Desa Kedungrandu

No	Pekerjaan/ Mata Pencaharian	Jumlah
1.	Petani	66
2.	Buruh tani	110
3.	Karyawan swasta	578
4.	Pegawai negeri sipil	56
5.	Polri	3
6.	Tni	13
7.	Pensiunan	60
8.	Buruh harian	738
9.	Mengurus rumah tangga	220
10.	Pelajar/mahasiswa	11

⁶⁹ Halimatus Sa'diyah, "Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Luqatah Pada Tempat Pengolahan Sampah Terpadu (Studi Kasus Hanggar Tempat Pengolahan Sampah Terpadu Kedungrandu Kecamatan Patikraja Kabupaten Banyumas)" *Skripsi* Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2024 hlm 54

11.	Konstruksi	1
12.	Trasportasi	6
13.	Karyawan bumh	20
14.	Karyawan bumd	1
15.	Karyawan honorer	6
16.	Buruh nelayan/perikanan	4
17.	Buruh peternakan	1
18.	Pembantu rumah tangga	2
19.	Tukang batu	9
20.	Tukang kayu	6
21.	Tukang jahit	0
22.	Dosen	3
23.	Guru	22
24.	Perawat	3
25.	Sopir	62
26.	Pedagang	82
27.	Perangkat desa	9
28.	Wiraswasta	617
29.	Belum/tidak bekerja	4

Sumber: Data Sekunder kependudukan Desa Kedungrandu Tahun 2023.⁷⁰

⁷⁰Halimatus Sa'diyah, "Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Luqatah Pada Tempat Pengolahan Sampah Terpadu (Studi Kasus Hanggar Tempat Pengolahan

2. Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

Desa Kedungrandu terletak di Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas, yang merupakan daerah agraris di Jawa Tengah, Indonesia. Masyarakat desa ini sebagian besar bergantung pada sektor pertanian, namun kegiatan perdagangan juga cukup berkembang, terutama dalam hal penjualan produk makanan. Penjual di Desa Kedungrandu umumnya merupakan pelaku usaha kecil dan menengah yang menawarkan berbagai jenis makanan, mulai dari makanan tradisional hingga modern, yang biasa dijual di pasar, toko kelontong, dan warung makan di sekitar desa.

Secara demografis, penjual di desa ini memiliki latar belakang yang beragam, baik dari segi usia, tingkat pendidikan, maupun pengalaman dalam berbisnis. Banyak di antara mereka yang telah menjalani usaha perdagangan makanan selama bertahun-tahun, meskipun tidak sedikit juga yang baru memulai usaha. Karakteristik penjual di Desa Kedungrandu cenderung bersifat tradisional, dengan pendekatan bisnis yang lebih mengandalkan hubungan sosial dan kepercayaan dari pelanggan setempat.

Kualitas produk makanan yang dijual oleh para penjual di Desa Kedungrandu cukup bervariasi. Ada penjual yang menawarkan produk dengan kualitas dan kuantitas yang baik, menggunakan bahan-bahan segar dan mengikuti standar kebersihan. Namun, ada juga yang kurang memperhatikan aspek kualitas dan kuantitas produk makanan. Dalam

beberapa kasus, penjual yang berorientasi pada keuntungan yang lebih besar cenderung mengurangi kualitas produk untuk menekan biaya produksi.

Dalam konteks *Etika Bisnis Islam*, penting untuk menilai bagaimana para penjual di Desa Kedungrandu menerapkan prinsip-prinsip etika dalam strategi bisnis mereka, terutama terkait dengan kualitas produk makanan yang dijual. Prinsip kejujuran (*amanah*), keadilan (*adl*), dan menjaga kesejahteraan konsumen (*maslahah*) sangat ditekankan dalam Islam sebagai landasan utama dalam berbisnis. Para pedagang harus adil dan jujur dalam menetapkan harga yang sebanding dengan kualitas barang yang dijual, dalam melayani pembeli, dan dalam menjelaskan kualitas barang yang diperjualbelikan.⁷¹ Oleh karena itu, dalam analisis ini akan dilihat sejauh mana para penjual di desa ini mempertimbangkan aspek moral dan etika dalam setiap keputusan yang diambil, termasuk dalam hal pengurangan kuantitas produk makanan yang dapat berdampak pada kepercayaan dan kepuasan konsumen.

Sebagai bagian dari strategi pengurangan kuantitas produk, beberapa penjual menghadapi dilema antara mencari keuntungan dan mempertahankan kualitas yang baik. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana penjual di Desa Kedungrandu mengelola hal tersebut dalam perspektif Etika Bisnis Islam, yang menekankan pentingnya

⁷¹ Adila Afifah Mampa, dkk “Etika Bisnis Islam Dalam Perilaku Bisnis Pedagang Muslim Makassar Kota Manado”: *Journal of Economics and Islamic Economics* Vol. 2, No. 2, 2022 hlm. 127

tidak merugikan orang lain dalam menjalankan bisnis serta menjaga integritas produk yang dijual kepada konsumen.

B. Praktik Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan oleh Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

Dalam kegiatan jual beli, seorang Penjual akan mengalami berbagai tantangan dari Kualitas dan kuantitas produk yang harus dipertahankan, harga bahan yang bisa mengalami kenaikan harga dll. Dari berbagai tantangan yang di hadapi Penjual, maka Penjual melakukan berbagai strategi untuk mempertahankan usahanya. Strategi dari Kualitas dan kuantitas produk makanan, strategi harga, strategi pemasaran dan sebagainya.

Terdapat beberapa Penjual yang melakukan strategi dengan mengurangi jumlah produk dalam satu porsi atau mengecilkan ukuran produk sebagai cara untuk menghemat bahan baku tanpa langsung terlihat mengurangi kuantitas. Seperti pedagang yang ada di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, terdapat 5 pedagang dari 82 pedagang yang lebih sering melakukan strategi pengurangan Kuantitas pada produk makanan, disaat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga. Hal ini berdasarkan wawancara kepada Nining salah satu pedagang tahu kupat yang ada di Desa Kedungrandu. Pengurangan Kuantitas pada produk makanan yang dilakukan oleh Nining tergantung dari mahalnnya bahan pokok yang digunakan. Saat ini beras yang harganya naik, dulu harga beras murah hanya Rp10.000 per kg, tapi sekarang harga beras mahal menjadi Rp13.000 per kg. Maka yang dikurangi banyaknya ketupat yang digunakan, biasanya dari penjual memberi ketupat sebanyak satu setengah

buah, maka penjual hanya memberi satu buah ketupat. Begitu pula jika harga kol yang mahal, penjual akan mengurangi banyaknya kol yang diberikan dari biasanya. Namun, harga makanan tahu kupat tetaplah sama seperti biasa yaitu Rp. 10.000. Hal ini dilakukan penjual karena bahan-bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, tapi di sisi lain penjual tidak mau menaikkan harga dikarenakan takut para pembeli akan berkurang, akan berpindah ke pedagang yang lainnya dan keuntungan yang di dapat tidak seperti biasanya.⁷²

Penjual mie ayam, Kiman juga mengurangi banyaknya ayam yang diberikan pada pembeli, saat harga ayam meningkat dari biasanya. Biasanya penjual memberi sebanyak dua sendok ayam suwir saat harga ayam normal, namun saat harga ayam naik maka hanya memberi satu sendok ayam suwir pada satu porsi mie ayam dengan harga seperti biasa yakni Rp10.000. Dan bisa dikurangi dengan bahan yang lain seperti sayur dll. Selain itu, penjual jika kehabisan mie hari itu juga, tapi bahan yang lainnya masih ada, maka Penjual akan menggunakan mie kuning biasa yang di warung. Dalam artian bahan yang digunakan Penjual bisa berbeda dikondisi tertentu. Pedagang juga memperhatikan kondisi perekonomian yang ada di lingkungan Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, bahwasanya para pelanggan yang membeli rata-rata masyarakat kalangan menengah, dimana pembeli sangat menginginkan makanan yang murah atau terjangkau, enak dan porsinya banyak. Hal tersebut menjadikan para pedagang di desa kedungrandu tidak bisa

⁷² Nining (pedagang kaki lima), wawancara pada tanggal 2 september 2024 pukul 14.00 WIB

menaikkan harga seperti para pedagang yang ada di kota, penjual lebih memilih menggunakan strategi pengurangan makanan.⁷³

Selanjutnya Wiji seorang Penjual bubur ayam, yang sudah berjualan selama 12 tahun. Wiji jika terjadi kenaikan harga pada bahan yang digunakan, terutama beras untuk membuat bubur, Wiji menggunakan strategi pengurangan bubur saat jual beli, banyaknya porsi tidak seperti biasanya. Wiji tidak memberitahu pembeli, karena banyaknya porsi tergantung dari pembeli bisa membeli berapa ribu. Jika pembeli membeli Rp.5000, maka Wiji memberi bubur sebanyak empat sendok besar saat harga beras normal, tapi jika harga beras mengalami kenaikan harga, maka Wiji hanya memberi bubur sebanyak tiga sendok besar. Wiji selalu menggunakan bahan bubur dari beras yang berkualitas premium, tidak pernah memakai beras sembako.⁷⁴

Narasumber selanjutnya Sri seorang Penjual rujak buah. Penjual Sri juga menggunakan strategi pengurangan porsi rujak buah jika harga bahannya mahal. Sri lebih baik mengurangi buah yang mahal seperti buah nanas yang mahal, maka saat pembuatan rujak buah nanasnya diberi sedikit, lalu buah mentimun dan bengkoang yang lebih banyak, atau buah yang lainnya yang lebih banyak, buah yang harganya sedang murah. Dalam artian, Sri memberi buah yang harganya murah itu yang lebih banyak daripada buah yang mahal. Dengan harga jual seperti biasa yaitu Rp.8000.⁷⁵

⁷³ Kiman (pedagang kaki lima), wawancara pada tanggal 3 september 2024 pukul 15.00 WIB

⁷⁴ Wiji (pedagang kaki lima), wawancara pada tanggal 4 september 2024 pukul 15.30 WIB

⁷⁵ Sri (pedagang kaki lima), wawancara pada tanggal 4 september 2024 pukul 16.30 WIB

Kemudian narasumber Mbah Karni seorang Penjual nasi rames juga mengurangi porsi makanan saat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga. Jika harga beras sedang normal Mbah Karni memberikan enam sendok nasi dan sayuran dengan harga Rp.5000. Tapi jika harga beras sedang naik, maka Mbah Karni hanya memberikan lima sendok nasi dan sayuran dengan harga jual sama Rp.5000.⁷⁶

Peneliti juga mewawancarai dari beberapa Pelanggan, Ulfa seorang pelanggan tahu kupat, saat dilakukan jual beli Ulfa merasa dirugikan karena ada pengurangan dalam kuantitas makanan saat harga bahan mengalami kenaikan harga dan penjual tidak transparan saat dilakukannya akad jual beli.⁷⁷ Kemudian Muti dan Yanti, seorang pelanggan tahu kupat juga merasa kecewa karena tidak mendapatkan makanan sesuai dengan takaran seperti biasanya,⁷⁸ walaupun harga tidak mengalami kenaikan seperti pedagang yang lain.⁷⁹ Selanjutnya Eniati dan Sartini juga merasa adanya Pengurangan makanan dilakukan karena harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga,⁸⁰ hal itu menjadikan ketidakpastian kuantitas pada produk makanan.⁸¹

Dari wawancara yang dilakukan ke penjual dan para pelanggannya, maka dapat diperoleh suatu pernyataan bahwasanya para pedagang di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, menggunakan strategi pengurangan produk makanan disaat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, dengan

⁷⁶ Muti (pedagang kaki lima), wawancara pada tanggal 5 september 2024 pukul 07 .00 WIB

⁷⁷ Ulfa (pelanggan), wawancara pada tanggal 11 september 2024 pukul 18.00

⁷⁸ Yanti (pelanggan), wawancara pada tanggal 12 september 2024 pukul 09.00

⁷⁹ Muti (pelanggan), wawancara pada tanggal 12 september 2024 pukul 08.00

⁸⁰ Sartini (pelanggan), wawancara pada tanggal 13 september 2024 pukul 18.00

⁸¹ Eniati (pelanggan), wawancara pada tanggal 13 september 2024 pukul 15.00

tidak menaikkan harga jual produk makanan. Dan pelanggan merasa kecewa dengan strategi pengurangan makanan disaat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, walaupun tidak naik harga jual produk makanannya, tetapi tetap saja pelanggan merasa kecewa karena adanya pengurangan takaran suatu produk makanan terutama dari segi kualitas dan kuantitas.

C. Analisis Etika Bisnis Islam terhadap strategi pengurangan kuantitas produk makanan oleh penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

Etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai syariah Islam. Perilaku penjual merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan atau menjalankan jual beli. Dalam menjalankan aktifitas jual beli pedagang muslim harus senantiasa memiliki sikap yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Prinsip etika bisnis Islam meliputi prinsip tauhid, prinsip keseimbangan (*adl*) dan jujur, prinsip kehendak bebas, prinsip pertanggung jawaban, prinsip kebenaran, dan prinsip ihsan, prinsip-prinsip inilah yang akan menjadi tolak ukur untuk mengukur praktik penerapan etika bisnis Islam oleh para penjual dan pembeli yang melakukan berbagai transaksi.⁸²

Dari hasil pengamatan yang penulis lakukan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas baik dengan berinteraksi langsung dengan penjual dan pelanggan, dengan bertanya pada penjual dan pelanggan, yang menunjukkan

⁸² Rio Jaya Permata, dkk. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace". *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 7, No. 1, 2024, hlm. 23

bahwa pada dasarnya para penjual melakukan praktik strategi pengurangan dari Kualitas dan kuantitas produk makanan saat jual beli. Strategi pengurangan atau retrenchment dapat dilakukan perusahaan apabila memiliki posisi kompetisi yang lemah tanpa memandang daya tarik industrinya. Posisi kompetisi yang lemah biasanya mengakibatkan kinerja yang buruk, penjualan menurun dan laba berubah menjadi kerugian. Strategi pengurangan meliputi: strategi berputar, jual habis, kebangkrutan atau likuidasi. Dan seorang Penjual seharusnya dapat menerapkan strategi yang diterapkan Nabi Muhammad SAW, baik dari strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Strategi Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian. Kualitas didefinisikan oleh pelanggan. Kualitas merupakan seberapa baik produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan. Strategi harga yang digunakan Rasulullah SAW yang lain adalah prinsip tidak menyaingi harga orang lain dan tidak menyongsong membeli barang sebelum dibawa ke pasar serta tidak berbohong. Strategi tempat, pada Nabi Muhammad SAW lebih menganjurkan untuk berjual beli di pasar. Dan Strategi Promosi yakni Nabi memahami pelanggan dan lebih mengutamakan keberkahan daripada keberhasilan penjualan, merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan Rasulullah.⁸³

⁸³ Abdullah Sahrani, "Implementasi Strategi Pemasaran Rasulullah Dalam Konteks Kontemporer (Analisis di Swalayan Pamella Yogyakarta dan La Tansa Gontor Ponorogo)" *Jurnal Millah* Vol. XV, No. 1, 2015 hlm. 124

Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku bisnis. Berikut diuraikan analisis para Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas dalam strategi pengurangan Kualitas produk makanan.

a. Ditinjau dari Prinsip kesatuan (*Tauhid*)

Merupakan pondasi awal dalam agama Islam. Dan refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang homogen, konsisten dan teratur.⁸⁴ Di Desa Kedungrandu, Patikraja, Banyumas, beberapa pedagang menggunakan strategi pengurangan Kuantitas produk makanan untuk meningkatkan keuntungan. Namun, dari perspektif etika bisnis Islam yang berlandaskan prinsip tauhid, tindakan tersebut tidak dapat dibenarkan. Tauhid mengajarkan bahwa segala aktivitas manusia, termasuk dalam bisnis, dapat mencerminkan keimanan kepada Allah SWT sebagai pengawas utama. Oleh sebab itu, praktik yang merugikan konsumen, seperti penipuan atau pengurangan Kuantitas yang di praktikan oleh para pedagang di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas bertentangan dengan nilai-nilai tauhid.

b. Ditinjau dari Prinsip keseimbangan (*adl*) dan Kejujuran

Dapat dipahami bahwa prinsip keseimbangan atau keadilan (*adl*) merupakan dimensi horizontal ajaran Islam yang harmoni dengan alam semesta. Strategi pengurangan kuantitas produk makanan yang dilakukan oleh sebagian penjual di Desa Kedungrandu, Patikraja, Banyumas, memunculkan

⁸⁴Ma'rifah Yuliani, *Buku Ajar Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Perilaku yang Dilarang dalam Bisnis dengan Landasan Islam*, Bandung: Widina Media Utama, 2023, hlm.21

persoalan etika dalam perspektif Islam. Praktik ini dilakukan dengan cara mengurangi porsi, mengganti bahan dengan kualitas yang lebih rendah, atau menyembunyikan cacat produk tanpa sepengetahuan konsumen. Dari perspektif etika bisnis Islam, praktik ini bertentangan dengan prinsip keadilan (*'adl*) dan kejujuran (*shidq*), yang menjadi pilar penting dalam transaksi bisnis Islami. Kedua prinsip ini menuntut pelaku bisnis untuk memberikan hak yang setara kepada konsumen sesuai dengan nilai transaksi yang telah disepakati.

Prinsip keadilan (*'adl*) mengharuskan pedagang untuk berlaku adil dalam memberikan nilai yang setara antara produk yang dijual dan harga yang dibayarkan konsumen.⁸⁵ Seperti yang dinyatakan para pedagang di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas yaitu: Nining, Kiman, Wiji, Sri, dan Mbah Karni . Dalam jual beli para Penjual melakukan strategi pengurangan produk makanan, saat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, dengan tidak meningkatkan harga jual seperti pedagang yang di kota. Dan pedagang tidak memberitahu kepada pembeli bahwa dilakukan pengurangan Kuantitas, dari segi pengurangan takaran makanan dan penggantian bahan yang digunakan saat jual beli. Pengurangan kuantitas tanpa pemberitahuan adalah bentuk pelanggaran keadilan karena konsumen tidak menerima manfaat yang proporsional dengan harga yang dibayarkan.

⁸⁵ Adila Afifah Mampa, dkk “Etika Bisnis Islam Dalam Perilaku Bisnis Pedagang Muslim Makassar Kota Manado”: *Journal of Economics and Islamic Economics* Vol. 2, No. 2, 2022 hlm. 127

c. Ditinjau dari Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*) dimaksudkan bahwa manusia diberikan keleluasaan untuk membimbing arah kehidupannya. Kebebasan bertindak dalam Islam bukanlah kebebasan absolut, melainkan kebebasan yang disertai tanggung jawab moral dan spiritual. Dalam etika bisnis Islam, *ikhtiyār* juga mensyaratkan adanya kesadaran akan dampak dari setiap pilihan yang diambil. Pilihan yang mengarah pada praktik yang merugikan konsumen, seperti pengurangan kuantitas produk tanpa pemberitahuan, tidak hanya melanggar nilai-nilai moral tetapi juga mengikis kepercayaan yang menjadi dasar hubungan bisnis. Keputusan seperti ini mencerminkan ketidakpedulian terhadap prinsip kemaslahatan (*maslahah*) yang seharusnya menjadi tujuan utama dalam transaksi bisnis Islami.

Sebaliknya, penggunaan *ikhtiyār* yang benar berarti pedagang memilih untuk berbisnis dengan cara-cara yang sesuai dengan syariat, meskipun mungkin tampak kurang menguntungkan dalam jangka pendek. Dalam Islam, keberkahan rezeki lebih utama daripada sekadar keuntungan material. Dengan memilih strategi yang jujur dan adil, pedagang tidak hanya menjaga kepercayaan konsumen tetapi juga memenuhi tanggung jawabnya kepada Allah SWT sebagai pemilik mutlak rezeki.

d. Ditinjau dari Prinsip tanggung jawab (*fard*).

Prinsip kehendak bebas menghubungkan prinsip pertanggungjawaban dengan kehendak bebas, yang berarti bahwa setiap orang bertanggung jawab atas semua perbuatannya. Seperti halnya praktik strategi yang dilakukan oleh para Penjual di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, bahwasanya

para Penjual melakukan pengurangan Kuantitas makanan, yang mana Penjual dapat bertanggungjawab dengan praktik yang dilakukan jika terdapat permasalahan dari para pelanggannya. Dan Penjual dapat memperbaiki atau memberi produk makanan yang baru.

e. Ditinjau dari Prinsip kebajikan (*ihsān*)

Prinsip kebajikan ini, diartikan dalam bentuk perilaku, seperti beradab, berbuat baik, memberikan maaf dan suka membantu orang lain yang mengalami kesulitan.⁸⁶ Dengan prinsip kebajikan ini, maka etika Islam sangat memperhatikan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan ketika melakukan aktivitas dalam perdagangan. Sedangkan praktik penjual yakni pengurangan kuantitas penjualan produk yang menjadikan kuantitas tidak pasti, sehingga dapat merugikan para pelanggan, yang membeli saat dilakukan penyesuaian produk.

Dengan meninjau dari prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam, bahwasanya para pedagang yang ada di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, tidak menerapkan Etika bisnis Islam ditinjau dari prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam yang meliputi Prinsip kesatuan (*Tauhid*) , Prinsip Keseimbangan (*adl*) dan Kejujuran, Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*), Prinsip tanggung jawab (*fard*) dan prinsip kebajikan (*ihsān*). Karena penjual mempraktikkan strategi pengurangan kuantitas produk makanan disaat bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga. Pengurangan kuantitas dilakukan saat jual beli tanpa sepengetahuan

⁸⁶ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022, hlm. 80.

pembeli, yang mana dapat merugikan para pembeli dengan tidak mendapatkan makanan dengan kuantitas yang sama atau banyaknya makanan tidak seperti biasanya.

Selain itu, terdapat pengurangan takaran yang mana penjual mempraktikkan strategi pengurangan Kuantitas makanan oleh penjual saat harga bahan pokok yang digunakan mengalami kenaikan harga. Hal ini juga menjadikan penjual bimbang dalam penentuan harga dan kuantitas produk, di sisi lain penjual tidak ingin pelanggan berpindah ke pedagang lain, dan ingin mendapatkan keuntungan seperti biasa. Penjual pun tidak bisa menaikkan harga jual produk makanan seperti penjual di kota, yang nantinya malah akan membuat pelanggan berpindah ke penjual yang lebih murah, karena rata-rata pelanggan menginginkan makanan yang murah, enak dan banyak. Namun, praktik pengurangan takaran merupakan praktik bisnis yang melanggar Etika (Mal Bisnis).⁸⁷

⁸⁷ Pipit Putriani, dkk, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Penggunaan Timbangan Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Desa Rawa Jaya Kec. Tabir Selatan Kab. Merangin Jambi)”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* Vol.1, No.6, 2023, hlm. 33

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan juga menganalisis mengenai Analisis Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan oleh Penjual Perspektif Etika Bisnis Islam di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, berdasarkan data-data yang telah penulis kumpulkan selama masa penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas terdapat penjual yang mempraktikkan strategi pengurangan kuantitas produk makanan, di saat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, dengan tidak menaikkan harga jualnya. Seperti halnya Nining seorang penjual tahu kupat yang biasanya memberi ketupat sebanyak satu setengah buah, karena bahan mengalami kenaikan harga, maka N hanya memberi satu buah ketupat. Namun, harga makanan tahu kupat tetaplah sama seperti biasa yaitu Rp. 10.000. Selain itu, Kiman, Wiji, Sri dan Mbah Karni juga mempraktikkan hal yang sama yakni melakukan strategi pengurangan kuantitas di saat harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, dengan tidak menaikkan harga jual produk makanan.
2. Dalam etika bisnis Islam, aspek moral bisnis dianggap adabiyah, yang mengacu pada interaksi antara pemilik bisnis dan pelanggan. Namun, di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas para penjual tidak menerapkan etika bisnis Islam, yaitu Prinsip kesatuan (*Tauhid*), Prinsip Keseimbangan

(*adl*) dan Kejujuran, Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*), Prinsip tanggung jawab (*fard*) dan Prinsip kebajikan (*ihsān*). Karena Penjual melakukan praktik strategi pengurangan Kuantitas makanan saat jual beli, dengan tidak memberitahu pembeli saat jual beli dan harga jual seperti biasanya. Strategi pengurangan Kuantitas dapat merugikan pelanggan dan berkurangnya kepercayaan pelanggan. Pengurangan Kuantitas juga seperti pengurangan takaran atau banyaknya jumlah produk makanan oleh Penjual, disaat harga bahan mengalami kenaikan harga. Sedangkan pengurangan takaran adalah salah satu dari beberapa praktik bisnis yang melanggar Etika (Mal Bisnis). Praktik bisnis yang tidak sesuai dengan Etika haruslah dihindari, supaya dapat mempraktikkan bisnis yang sesuai dengan syariah Islam. Dan supaya penjual mendapatkan keberkahan dari bisnis yang dilakukan.

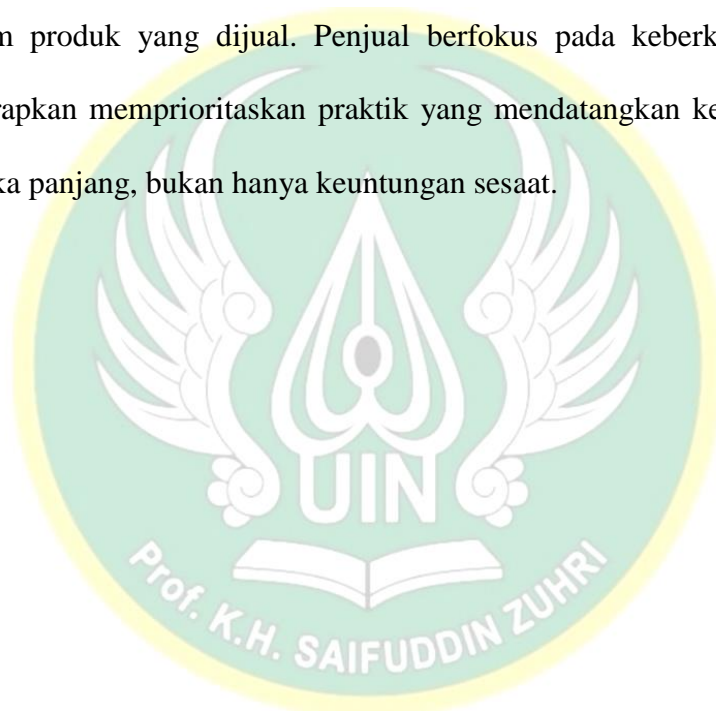
B. Saran

Setelah peneliti menganalisis Strategi Pengurangan Kuantitas Produk Makanan oleh Penjual Perspektif Etika Bisnis Islam di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, maka peneliti bisa menyarankan beberapa hal:

1. Peneliti berharap kepada para pedagang di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, untuk tetap sabar terhadap permasalahan naik turunnya harga bahan yang digunakan. Penjual dapat mencari alternative yang tidak mengurangi Kuantitas misalnya bisa mencari bahan baku lain dengan kuantitas yang setara atau menyesuaikan ukuran produk tanpa mengorbankan kualitas secara drastis. Dan penjual lebih mengutamakan kepuasan para pelanggannya, untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan

dapat mempertahankan bisnisnya. Penjual muslim dapat menerapkan strategi yang diajarkan Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan bisnisnya.

2. Diharapkan penjual dapat menerapkan prinsip-prinsip Etika bisnis Islam. Penjual perlu menyeimbangkan antara keuntungan bisnis dan hak-hak konsumen dengan tetap memberikan kuantitas yang seperti biasanya dengan harga yang dibayar. Penjual perlu menjaga konsisten Kualitas dan kuantitas dalam produk yang dijual. Penjual berfokus pada keberkahan, penjual diharapkan memprioritaskan praktik yang mendatangkan kebaikan dalam jangka panjang, bukan hanya keuntungan sesaat.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuhri. *Metode Penelitian Kualitatif*, Makassar: Syakir Media Press, 2021
- Afnario, Rivando. "Strategi Bertahan Pengusaha Kuliner di Kabupaten Sleman di Masa Pandemi Perspektif Etika Bisnis Islam" (*Strategies For Surviving In A Pandemic Culinary Entrepreneurs In Sleman Regency on Islamic Business Ethics*). *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2023.
- Ala'uddin, Muhammad. "Etika Bisnis Menurut Perspektif Islam". *Qomaruddin Islamic Economy Magazine* Vol. 4 No.1, 2018, 108
- Al-Kausari, M.A. "*Etika Bisnis Islam*" (*Telaah atas Ayat-Ayat tentang Memenuhi Takaran dalam Timbangan*), 201.
- Al Naquib, Khaira Nazla. "Implementation of Islamic Business Ethics on The Scale of International Trade". *Jurnal Muamalatuna*, Vol. 14 No. 2, 2022, 173
- Astuti, An Ras Try. *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.
- Baidowi, Aris. "Etika Bisnis Perspektif Islam". *JHI* Vol. 9, No. 2, 2011, 5
- Basyariah, Nuhbatul. "Larangan Jual Beli Gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital". *Jurnal Studi Islam* Vol. 7, No. 1, 2022, 57
- Chryssiders, George & John EH Kaler, *An Introduction to Business Ethics*. London: Chapman & Hall, 1993
- Departemen Pendidikan Nasional. 2011. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa
- Efilianti, Desi. "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha". *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 1, No. 2, 2018, 179
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Fauzia, Ika. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Fiantika, Feny Rita, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.

- Hafifah, Umi. "Transaksi Penjualan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Baju Mas Bro Langensari Banjar Ciamis Jawa Barat)" *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2015.
- Hidayat, Enang. *Fiqih Jual Beli*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015
- Hidayati, Nailal "Penentuan Harga Pedagang Kaki Lima Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Jl. Malioboro Yogyakarta)". *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020
- Laeliyah, Siti. "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Usaha Kang Bagong Catering Semarang)". *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017.
- Malahayatie, *Konsep Etika Bisnis Islam (Suatu Pengantar)*, Aceh: Sefa Bumi Persada, 2022
- Mampa, Adila Afifah, dkk, "Etika Bisnis Islam Dalam Perilaku Bisnis Pedagang Muslim Makassar Kota Manado": *Journal of Economics and Islamic Economics* Vol. 2, No. 2, 2022, 127
- Masruchin. "Etika Individu Dan Organisasi Dalam Bisnis". *Jurnal Studi Ekonomi Syariah* Vol. 2 No. 2018, 95
- Misno, Abdurrahman, dan Ahmad Rifa'I. *Metode Penelitian Muamalah*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2018.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2002
- Muslich, Ahmad. *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2019.
- Muslim, imam. *Shahih Muslim* (Beirut: Dar Al Kutub al Ilmiyyah) jilid 8
- Muttaqin, Muhammad Azhar, dkk. "Hubungan antara yurisprudensi dan etika serta dampaknya terhadap bisnis." *AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies* Vol. 6 No. 4 2023. 277
- Nawatmi, Sri. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam". *Jurnal Fokus Ekonomi* Vol. 9, No.1, 2010, 51
- Nurjaman, Muhamad Izazi dan Syahrul Anwar. "Praktik Riba Dan Bunga Bank: Telaah Etika Dalam Ekonomi Islam". *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* Vol. 10, 2022, 10

- Permata, Rio Jaya, dkk. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Marketplace". *Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 7, No. 1, 2024, 17-27
- Prakoso, Aliando. "Strategi Bertahan Usaha Makanan Camilan di Yogyakarta Pada Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Survival Strategy In Snack Food Business In Yogyakarta During Covid-19 Pandemic From Islamic Business Ethics)". *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2024.
- Pratiwi, Rizky Awdrin. "Strategi Bertahan Aleta Leather Bag dan Totally Hijab Yogyakarta Selama Masa Pandemi Covid-19 Menurut Pandangan Etika Bisnis Islam The Survival Strategies of Aleta Leather Bag and Totally Hijab in Yogyakarta during the Covid-19 Pandemic from the Perspective of Islamic Business Ethics". *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2022
- Prihanto, Hendi. *Etika Bisnis dan Profesi*, Depok, PT RajaGrafindo Persada, 2018
- Putriani, Pipit, dkk. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Penggunaan Timbangan Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Desa Rawa Jaya Kec. Tabir Selatan Kab. Merangin Jambi)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* Vol.1, No.6, 2023, 33
- Putri Dwi, Aprilia "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli Pada Pedagang Di Simpung Center Bandar Lampung" *Skripsi* Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021.
- Qur'an Kemenag, (<https://www.quran.kemenag.go.id>)
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Sa'diyah, Halimatus "Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Luqatah Pada Tempat Pengolahan Sampah Terpadu (Studi Kasus Hanggar Tempat Pengolahan Sampah Terpadu Kedungrandu Kecamatan Patikraja Kabupaten Banyumas)" *Skripsi* Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2024
- Saragih, Eka Junila. "Konsep Monopoli Dalam Tinjauan Bisnis Islam". *Jurnal Al-Maslahah* Vol. 13, No. 2, 2017, 281
- Sari, Meita dan Muhammad Zefri "Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura" *Jurnal Ekonomi*, Vol.21 No 3, 2019, 311

Sumayyah, Aisyah dan Rachmad Rizqy Kurniawan. "Larangan Risywah Pada Penerapan Etika Bisnis Islam Di Perbankan Syariah". *Manajmen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI*, 2021, 4

Syaifullah, "Etika Jual Beli Dalam Islam". *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, 2014, 371-387

Syaikhu,dkk. *Fiqih Muamalah (Memahami konsep dan dialektika kontemporer*, Yogyakarta: K-Media, 2020.

Tamaruddin, Andi. "Analisis Pengaruh Judi Online Dalam Keberadaanya Serta Prinsip Dalam Prespektif Hukum Islam". *Social Science Journal* Vol. 3, No. 1, 2024, 13

Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011

Widyana, Suci Fika dan Alda Dhiya Naufal, "Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia)" *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Vol 8, No. 2, 2018, 58

Yuliani, Ma'rifah. *Buku Ajar Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Perilaku yang Dilarang dalam Bisnis dengan Landasan Islam*. Bandung: Widina Media Utama, 2023

Zainal, Veithzal. *Meneladani berbisnis ala Rasulullah SAW*, Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2022.



Prof. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Transkrip Hasil Wawancara Nining

Nama: Nining

Keterangan: Penjual Tahu Kupat

Waktu: 2 September 2024

Lokasi : Grumbul Mbulu Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Sudah berapa lama saudara menjadi pedagang tahu kupat di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?
Jawab: Sudah hampir 2 Tahun
2. Apa saja masalah dalam penjualan tahu kupat?
Jawab: ya banyak, terutama dalam hasil penjualan yang belum tentu, harga bahan yang kadang naik, terutama harga beras untuk membuat ketupat, dulu murah Cuma Rp.10.000, tapi sekarang sudah mahal jadi 13.000. Dan saya dapat untungnya sangat sedikit, karena saya tidak bisa menaikkan harga jual.
3. Bagaimana strategi anda jika terjadi kenaikan harga pada bahan yang digunakan?
Jawab: Paling lebih baik mengurangi porsi yang dijual, kalo harga beras naik, itu mengurangi banyaknya ketupat yang dikasih, misalkan biasanya satu setengah buah ketupat, kalo harga beras naik, ya kami ngasih cuma 1 ketupat, begitu pula jika harga kol atau bahan yang lain yang mahal, ya dikurangi, gak kaya biasanya. Biar mendapatkan untung seperti biasa di saat harga bahan yang digunakan itu mahal.
4. Apakah saudara memberitahu saat jual beli jika dikurangi makanannya?
Jawab: Tidak mba, karena kami gak sempet dan lupa karena rame pembeli.
5. Apakah bahan yang digunakan dari awal jualan sampe sekarang tetap sama, atau ada perubahan Kualitas bahan yang digunakan, seperti kecap, tahu dsb yang premium?
Jawab: Beras selalu pake yang bagus, yang premium, bukan yang sembako, paling ketupatnya itu kadang dari plastic kalo janurnya itu lagi kosong. Tahu juga selalu yang baru, tahu asli buatan sendiri tanpa dikasih ampas, paling kalo tahunya nanggung itu tambah tahu pasar, cuma buat campuran, dan kecap dsb selalu pake yang premium karena itu mempengaruhi rasa dari kuahnya. Rasa kami usahakan tetap enak, Cuma kadang porsinya yang dikurangi jika bahan harganya naik

Transkrip Hasil Wawancara Kiman

Nama: Kiman

Keterangan: Penjual Mie Ayam

Waktu: 3 September 2024

Lokasi : Grumbul Ketayasa Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Sudah berapa lama saudara menjadi pedagang mie ayam di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?
Jawab: Sudah lama, dari tahun 2000, jadi 24 Tahun
2. Apa saja masalah dalam penjualan mie ayam?
Jawab: Banyak mba, hasil jualan yang gak mesti, harus berani nombok kalo rugi dll.
3. Apakah dari awal jualan tidak ada kenaikan harga jual?
Jawab: Ada mba, tapi sekarang udah mentok, gak bisa naik lagi harganya. Karena pelanggan mesti pada pengine beli makanan yang enak, murah dan porsinya banyak. Terus susah juale di desa kalo harganya mahal, banyak pesaing juga.
4. Lalu, bagaimana strategi anda jika terjadi kenaikan harga pada bahan yang digunakan?
Jawab: paling ngurangi bahan, jika ayam yang naik maka banyaknya ayam yang dikurangi dari biasanya, biasanya ngasih satu setengah sendok ayam suwir, jika harga ayam mahal ya ngasihnya satu sendok ayam, atau dikurangi dari bahan yang lain, bisa dari sayur dll.
5. Apakah saudara memberitahu saat jual beli jika dikurangi makanannya?
Jawab: Tidak mba, karena kami gak sempet dan lupa karena rame pembeli. Tapi kalo ingat ya tek kasih tahu.
6. Apakah bahan yang digunakan dari awal jualan sampe sekarang tetap sama, atau ada perubahan Kualitas bahan yang digunakan, seperti mie, bahan kuah mie ayam dsb yang premium?
Jawab: Kami usahakan selalu sama bahannya, paling jika kehabisan mie, tapi bahan yang lainnya masih ada, ya kita beli mie kuning biasa yang di warung. Kadang ngasih tahu ke pembeli, kadang ngga karena banyak yang beli.

Transkrip Hasil Wawancara Wiji

Nama: Wiji

Keterangan: Penjual Bubur Ayam

Waktu: 4 September 2024

Lokasi : Grumbul Mbulu Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Sudah berapa lama saudara menjadi pedagang bubur ayam di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?
Jawab: 12 Tahun
2. Apa saja masalah dalam penjualan bubur ayam?
Jawab: Biasalah namanya juga jualan, hasilnya gak mesti, dan harus habis hari itu juga.
3. Apakah dari awal tidak ada kenaikan harga jual?
Jawab: Tidak ada mba, dari dulu harganya minimal Rp.3000.
4. Lalu, bagaimana strategi anda jika terjadi kenaikan harga pada bahan yang digunakan?
Jawab: Biasanya mengurangi buburnya saat jual beli, banyaknya porsi tidak seperti biasanya.
5. Apakah saudara memberitahu saat jual beli jika dikurangi makanannya?
Jawab: Tidak mba, karena banyaknya porsi tergantung dari pembeli maunya berapa ribu.
6. Apakah bahan yang digunakan dari awal jualan sampe sekarang tetap sama, atau ada perubahan Kualitas bahan yang digunakan, seperti beras yang digunakan selalu yang bagus?
Jawab: Selalu pakai bahan beras yang berkualitas premium, tidak pernah pakai beras sembako.

Transkrip Hasil Wawancara Sri

Nama: Sri

Keterangan: Penjual Rujak Buah

Waktu: 4 September 2024

Lokasi : Grumbul Ketayasa Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Sudah berapa lama saudara menjadi pedagang rujak buah di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?
Jawab: 1 Tahun
2. Apa saja masalah dalam penjualan rujak buah?
Jawab: Hasil penjualan yang tidak pasti dan harga bahan kalo naik itu dapat untungnya sedikit
3. Apakah dari awal tidak ada kenaikan harga jual?
Jawab: Tidak ada, dari dulu harganya Rp.8000. Tapi kadang seadanya uang orang yang beli, kasian si mba.
4. Lalu, bagaimana strategi anda jika terjadi kenaikan harga pada bahan yang digunakan?
Jawab: Lebih baik ngurangi buah yang mahal, jika buah nanas yang mahal, ya berarti nanasnya sedikit, nanti timun atau bengkoang yang dibanyakin.
5. Apakah saudara memberitahu saat jual beli jika dikurangi makanannya?
Jawab: Tidak mba
6. Apakah bahan yang digunakan dari awal jualan sampe sekarang tetap sama, atau ada perubahan Kualitas bahan yang digunakan, seperti buah-buahan yang selalu segar?
Jawab: Selalu pakai buah bagus dan fresh.

Transkrip Hasil Wawancara Mbah Karni

Nama: Mbah Karni

Keterangan: Penjual Nasi Rames

Waktu: 5 September 2024

Lokasi : Grumbul Ketayasa Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Sudah berapa lama saudara menjadi pedagang nasi rames di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?
Jawab: 1 Tahun
2. Apa saja masalah dalam penjualan nasi rames ?
Jawab: untung yang gak pasti
3. Apakah dari awal tidak ada kenaikan harga jual?
Jawab: Tidak ada,dari dulu harganya mulai Rp.5.000.
4. Lalu, bagaimana strategi anda jika terjadi kenaikan harga pada bahan yang digunakan?
Jawab: mengurangi bahan yang harganya mahal, jika beras yang naik ya nasinya gak sebanyak kaya biasanya.
5. Apakah saudara memberitahu saat jual beli jika dikurangi makanannya?
Jawab: Tidak, tapi kadang memberitahu
6. Apakah bahan yang digunakan dari awal jualan sampe sekarang tetap sama,atau ada perubahan Kualitas bahan yang digunakan, seperti buah-buahan yang selalu segar?
Jawab: Kadang di campur dengan beras sembako kalo harganya mahal, tapi nasi dan sayuran selalu baru tiap harinya.

Transkrip Hasil Wawancara Ulfa

Nama: Ulfa

Keterangan: Pelanggan Tahu Kupat

Waktu: 11 September 2024

Lokasi : Grumbul Mbulu Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Sudah berapa lama saudara menjadi pelanggan dari pedagang tahu kupat di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?
Jawab: Lama, dari awal pedagang tahu kupat jualan.
2. Apa ada masalah dalam penjualan tahu kupat?
Jawab: Paling Kualitas produk yang kadang berubah
3. Perubahan Kualitas yang seperti apa?
Jawab: Perubahan pada jumlah makanan, kalo harga beras lagi naik itu jumlah makanannya seperti dikurangi saat jual beli, jadi takarannya tidak seperti biasanya, jadi menyebabkan adanya ketidakpastian pada takaran.
4. Apakah ada perubahan Kualitas selain dari segi takaran?
Jawab: Ketupatnya kadang dari janur, kadang dari plastic, padahal dari janur lebih menyehatkan untuk dikonsumsi dan lebih enak. Dari segi tahu juga, biasanya pake tahu asli yang buat sendiri, tanpa campuran ampasnya itu enak, tapi kadang pakai tahu pasar yang biasa, buat campuran mungkin kalo nanggung jualannya.
5. Apakah saudara kecewa jika dilakukan pengurangan takaran pada makanan tanpa diketahui pembeli?
Jawab: Kecewa mba, dan merasa dirugikan karena takaran makanannya.
6. Apakah Penjual memberitahu saudara saat dilakukan jual beli, bahwa terjadi pengurangan takaran karena harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga?
Jawab: Tidak mba
7. Apakah dari awal jualan tahu kupat, penjual tidak menaikkan harga jual tahu kupat?
Jawab: Tidak, dari dulu harganya Rp.10.000

Transkrip Hasil Wawancara Eniati

Nama: Eniati

Keterangan: Pelanggan Tahu Kupat

Waktu: 13 September 2024

Lokasi : Grumbul Mbulu Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Sudah berapa lama saudara menjadi pelanggan dari pedagang tahu kupat di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?
Jawab: Dari awal pedagang tahu kupat jualan.
2. Apa ada masalah dalam penjualan tahu kupat?
Jawab: Takarannya yang kadang berubah, jadi gak pasti takarannya banyak seperti biasa.
3. Selain takaran, adakah perubahan Kualitas yang lain?
Jawab: Dari ketupat sama tahunya yang belum tentu tahu asli kaya biasanya.
4. Apakah Penjual memberitahu saudara saat dilakukan jual beli, bahwa terjadi pengurangan takaran karena harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga?
Jawab: Tidak mba
5. Apakah saudara kecewa jika dilakukan pengurangan takaran pada makanan tanpa diketahui pembeli?
Jawab: Kecewa mba, lebih baik harga jual dinaikkan saja.
6. Apakah dari awal jualan tahu kupat, penjual tidak menaikkan harga jual tahu kupat?
Jawab: Tidak, dari dulu harganya Rp.10.000

Transkrip Hasil Wawancara Sartini

Nama: Sartini

Keterangan: Pelanggan Tahu Kupat

Waktu: 13 September 2024

Lokasi : Grumbul Mbulu Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Sudah berapa lama saudara menjadi pelanggan dari pedagang tahu kupat di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?
Jawab: Lama
2. Apa ada masalah dalam penjualan tahu kupat?
Jawab: Seperti takarannya yang kadang berubah, jadi gak pasti takarannya banyak seperti biasa.
3. Selain takaran, adakah perubahan Kualitas yang lain?
Jawab: Bahan yang kadang berubah, kadang pake toge, kadang pake kecambah.
4. Apakah Penjual memberitahu saudara saat dilakukan jual beli, bahwa terjadi pengurangan takaran karena harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga?
Jawab: Tidak
5. Apakah saudara kecewa jika dilakukan pengurangan takaran pada makanan tanpa diketahui pembeli?
Jawab: Lumayan, tapi mau gimana lagi, kalo dinaikkan susah belinya yang orang biasa seperti saya.
6. Apakah dari awal jualan tahu kupat, penjual tidak menaikkan harga jual tahu kupat?
Jawab: Ngga, dari dulu harganya Rp.10.000

Transkrip Hasil Wawancara Muti

Nama: Muti

Keterangan: Pelanggan Tahu Kupat

Waktu: 12 September 2024

Lokasi : Grumbul Mbulu Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Sudah berapa lama saudara menjadi pelanggan dari pedagang tahu kupat di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?
Jawab: Dari awal pedagang tahu kupat jualan.
2. Apa ada masalah dalam penjualan tahu kupat?
Jawab: Pengurangan takaran kalo harga bahan lagi serba mahal
3. Selain takaran, adakah perubahan Kualitas yang lain?
Jawab: Dari ketupat sama tahunya yang kadang enak soalnya tahu asli, tapi kadang pake tahu pasar karena nanggung kalo mau buat lagi biasanya.
4. Apakah Penjual memberitahu saudara saat dilakukan jual beli, bahwa terjadi pengurangan takaran karena harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga?
Jawab: Tidak mba
5. Apakah saudara kecewa jika dilakukan pengurangan takaran pada makanan tanpa diketahui pembeli?
Jawab: Kecewa mba, karena tidak mendapatkan makanan sesuai dengan takaran seperti biasanya, walaupun harga tidak mengalami kenaikan seperti pedagang yang lain
6. Apakah dari awal jualan tahu kupat, penjual tidak menaikkan harga jual tahu kupat?
Jawab: Tidak, dari dulu harganya Rp.10.000

Transkrip Hasil Wawancara Yanti

Nama: Yanti

Keterangan: Pelanggan Tahu Kupat

Waktu: 12 September 2024

Lokasi : Grumbul Mbulu Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

1. Sudah berapa lama saudara menjadi pelanggan dari pedagang tahu kupat di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas?

Jawab: Dari awal jualan.

2. Apa ada masalah dalam jual beli tahu kupat?

Jawab: Pengurangan takaran kalo harga bahan lagi serba mahal

3. Selain takaran, adakah perubahan Kualitas yang lain?

Jawab: Kurang paham itu

4. Apakah Penjual memberitahu saudara saat dilakukan jual beli, bahwa terjadi pengurangan takaran karena harga bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga?

Jawab: Tidak mba

5. Apakah saudara kecewa jika dilakukan pengurangan takaran pada makanan tanpa diketahui pembeli?

Jawab: Kecewa si, karena tidak mendapatkan porsi makanan sesuai dengan takaran seperti biasanya

6. Apakah dari awal jualan tahu kupat, penjual tidak menaikkan harga jual tahu kupat?

Jawab: Tidak, dari dulu harganya Rp.10.000

Lampiran 2

Dokumentasi Wawancara



**Nining Penjual Tahu Kupat (2
September 2024, 14.00 WIB)**



**Kiman Penjual Mie Ayam (3
September 2024, 15.00 WIB)**



**Wiji Penjual Bubur Ayam (4
September 2024, 15.30 WIB)**



**Sri Penjual Rujak Buah (4 September
2024, 16.30 WIB)**



**Mbah Karni Penjual Nasi Rames (5
September 2024, 07.30 WIB)**



**Sartini Pelanggan Tahu Kupat (13
September 2024, 18.00 WIB)**



Eniati Pelanggan Tahu Kupat (13
September 2024, 15.00 WIB)



Ulfa Pelanggan Tahu Kupat (11
September 2024, 18.00 WIB)



Muti Pelanggan Tahu Kupat (12
September 2024, 08.00)



Yanti Pelanggan Tahu Kupat (12
September 2024, 09.00)



Lampiran 3

Laporan Hasil Observasi

Objek Pengamatan: Penjual dan Pelanggan Produk Makanan

Lokasi: Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas

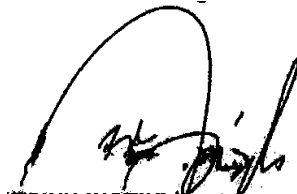
Waktu Pengamatan: September 2024 - November 2024

Observasi ini dilakukan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, yang dikenal dengan adanya Penjual produk makanan. Waktu observasi berlangsung pada bulan September 2024. Observasi terfokus pada penjual produk makanan di Desa Kedungrandu Patikraja Banyumas, dengan tujuan untuk mengidentifikasi praktik pengurangan kuantitas produk makanan yang terjadi. Selama periode ini, saya juga melakukan wawancara dengan beberapa penjual dan pelanggan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai praktik yang terjadi. Produk makanan yang dijual di pasar Desa Kedungrandu bervariasi, mulai dari bahan pangan pokok seperti beras, sayuran, daging, ikan, hingga makanan olahan siap saji. Berdasarkan hasil observasi, pengurangan kuantitas produk makanan terjadi pada beberapa bahan dan jumlah produk makanan yang digunakan oleh penjual, seperti Nining seorang penjual tahu kupat yang biasanya memberi ketupat sebanyak satu setengah buah, karena bahan mengalami kenaikan harga, maka Nining hanya memberi satu buah ketupat. Namun, harga makanan tahu kupat tetaplah sama seperti biasa yaitu Rp. 10.000. Kiman seorang Penjual mie ayam memberi sebanyak dua sendok ayam suwir saat harga ayam normal, namun saat harga ayam naik, maka Kiman hanya memberi satu sendok ayam suwir pada satu porsi mie ayam dengan harga jual seperti biasa yakni Rp10.000. Dan bisa dikurangi dengan bahan yang lain seperti sayur dll. Selain itu, Kiman mengganti bahan mie, jika kehabisan mie saat bahan yang lainnya masih ada. Kemudian, Wiji seorang Penjual bubur ayam, jika pembeli membeli Rp.5000, maka Wiji memberi bubur sebanyak empat sendok besar saat harga beras normal, tapi jika harga beras mengalami kenaikan harga, maka Wiji hanya memberi bubur sebanyak tiga sendok besar. Selanjutnya, Sri seorang Penjual rujak buah dan M seorang Penjual nasi rames, Sri mengurangi buah

yang mengalami kenaikan harga seperti buah nanas. Sri saat pembuatan rujak buah nanasnya diberi sedikit, lalu buah mentimun dan bengkoang yang lebih banyak, atau buah yang lainnya yang lebih banyak, buah yang harganya sedang murah. Dengan harga jual seperti biasa yaitu Rp.8000. Kemudian Mbah Karni saat harga beras sedang normal Mbah Karni memberikan enam sendok nasi dan sayuran dengan harga Rp.5000. Tapi jika harga beras sedang naik, maka Mbah Karni hanya memberikan lima sendok nasi dan sayuran dengan harga jual sama Rp.5000. Penjual akan mengurangi Kuantitas produk jika bahan yang digunakan mengalami kenaikan harga, dengan tidak menaikkan harga jual dan tidak memberitahu pembeli saat jual beli.

Peneliti juga mewawancarai 5 pelanggan pada Penjual tahu kupat yaitu Ulfa, Muti, Yanti, Eniati dan Sartini. Para pelanggan merasa ada pengurangan Kuantitas pada produk makanan, pelanggan merasa kecewa karena strategi pengurangan Kuantitas disaat harga bahan mengalami kenaikan harga, dapat mempengaruhi kepercayaan pembeli pada produk dalam jual beli. Penting bagi penjual untuk mengikuti prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam, yaitu kejujuran dan keadilan dalam setiap transaksi. Pengurangan takaran merupakan salah satu dari beberapa praktik bisnis yang melanggar Etika (Mal Bisnis). Berdasarkan pemaparan di atas kemudian menjadi acuan penelitian terkait strategi pengurangan Kuantitas produk makanan oleh Penjual perspektif Etika Bisnis Islam.

Pembimbing,
Purwokerto, 10 Desember 2024



Mabarroh Azizah, M.H
NIP. 2003057904

Lampiran 4

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama: Intan Restiani
2. NIM : 2017301167
3. Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 12 Desember 2002
4. Alamat: Kedungrandu Rt 05/03 Patikraja, Banyumas, Jawa Tengah
5. Nama Ayah : Nisam
6. Nama Ibu : Surip

B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD Negeri 3 Kedungrandu
2. SMP : SMP Negeri 3 Kebasen
3. SMA : SMA Negeri Patikraja

C. Organisasi

1. Rohani Keislaman SMA N Patikraja (2018)
2. Karang Taruna Tunas Muda (2019)
3. Pengurus UKM PIQSI UIN SAIZU Purwokerto (2022)

Purwokerto, 23 Desember 2024



Intan Restiani