

**ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



IAIN PURWOKERTO

Oleh:

DHEKA HESTY ARLINE

NIM. 1617201137

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dheka Hesty Arline
NIM : **1617201137**
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 23 Oktober 2020

Saya yang menyatakan,



Dheka Hesty Arline

NIM. 1617201137



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, 628250, Fax: 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PASAR CINANGSI GANDRUNGMANGU CILACAP)

Yang disusun oleh Saudari **Dheka Hesty Arline NIM. 1617201137** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **13 Oktober 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.
NIP. 19750420 200604 2 001

Pembimbing/Penguji

Dr. Atabik, M.Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 26 Oktober 2020



Mengesahkan
Dekan
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto
di-
Purwokerto.

Assalamua'laikum Wr. Wb.

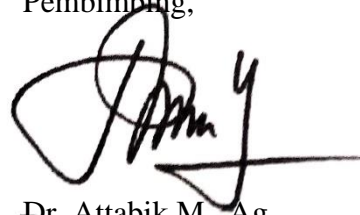
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Dheka Hesty Arline NIM 1617201137 yang berjudul :

**Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika
Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

Wassalamua'alikum Wr. Wb.

Purwokerto, 26 September 2020
Pembimbing,



Dr. Attabik M., Ag.

NIP. 19651205 199303 1 004

IAIN PURV

MOTTO

“Jangan menyerah”

“Hari ini keras, besok akan semakin berat, tetapi lusa akan indah”

(-Jack Ma-)



ANALISIS PERILAKU PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PASAR CINANGSI GANDRUNGMANGU CILACAP)

Oleh: Dheka Hesty Arline

NIM. 1617201137

Email: dhekahestyline@gmail.com

ABSTRAK

Perilaku pedagang merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan perdagangan atau dalam menjalankan jual beli. Seorang pedagang muslim tidak boleh melakukan tindakan penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yang dapat merusak mekanisme pasar. Perilaku menyimpang ini rawan terjadi di pasar tradisional karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan pedagang. Seorang pedagang muslim hendaknya berdagang dengan cara yang jujur dan adil serta berpegang pada prinsip etika bisnis dalam Islam. Oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur perilaku para pedagang. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana perilaku pedagang pasar tradisional Cinangsi dalam menjalankan aktifitas perdagangan dan menghadapi persaingan antar pelaku bisnis. Tujuan penelitian untuk mengetahui perilaku yang dilakukan pedagang dalam berdagang dan menghadapi persaingan antar sesama bisnis di pasar Cinangsi.

Berdasarkan tujuannya penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah para pedagang pasar tradisional Cinangsi. Sedangkan, untuk objeknya adalah perilaku para pedagang pasar tradisional Cinangsi. Untuk sumber data yang digunakan ada dua yaitu primer dan sekunder. Data yang dikumpulkan merupakan hasil dari wawancara dengan beberapa narasumber di pasar tradisional Cinangsi. Kemudian, untuk teknik analisis data yang digunakan ialah dengan cara reduksi data, penyajian data dan selanjutnya penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, sebagian besar pedagang di pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap ini memegang kelima prinsip etika bisnis diatas. Walaupun masih ada beberapa pedagang yang tidak memegang prinsip tersebut, namun sebagian besar pedagang telah melakukan perdagangan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Meskipun mereka tidak paham akan etika bisnis dalam Islam, tetapi dalam menjalankan kegiatan perdagangan mereka senantiasa sesuai dengan ajaran agama Islam dan tidak melakukan tindakan-tindakan yang dilarang dalam Islam.

Kata Kunci: Perilaku Pedagang, Etika Bisnis Islam

**ANALYSIS OF TRADITIONAL MARKET TRADERS 'BEHAVIOR IN
ISLAMIC BUSINESS ETHICS PERSPECTIVE (CASE STUDY CINANGSI
GANDRUNGMANGU CILACAP MARKET)**

By: Dheka Hesty Arline

NIM. 1617201137

Email: dhekahestyline@gmail.com

ABSTRACT

Trader's behavior is an attitude or action of a person in trading or buying and selling. A muslim trader must not commit deviant actions that are not in accordance with business ethics in Islam which can damage the market mechanism. This deviant behavior is prone to occur in traditional markets due to the low level of education and knowledge of the traders. A muslim trader should trade in an honest and fair and adhere to the principles of business ethich in Islam.therefore, Islamic business ethics plays a very important role in regulating the behavior of traders. As for the formulation of the problem in this study, namely how the behavior of the traditional market traders of Cinangsi in carrying out trading activities and facing competition between business actors. The research objective was to determine the behavior of trading and dealing with competition between fellow businesses in the Cinangsi market.

Based on the objectives of this study, including qualitative descriptive research. The subjects in this study were the traders of the Cinangsi traditional market. Meanwhile, the object is the behavior of the Cinangsi traditional market traders. There are two sources of data used, namely primary and secondary. The data collected is the result of interviews with several informants in the Cinangsi traditional market. Then, for the data analysis technique used is by way of data reduction, data presentation and then drawing conclusions.

The results showed that most of the traders in the Cinangsi Gandrungmangu Cilacap market held the five principles of business ethics above. Although there are still some traders who do not adhere to these principles, most traders have traded in accordance with the principles of Islamic business ethics. Even though they do not understand business ethics in Islam, in carrying out their trading activities they are always in accordance with the teachings of the Islamic religion and do not carry out any actions that are prohibited in Islam.

Keywords: Trader Behavior, Islamic Business Ethics

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	je
ح	ħ	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ta	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	ža	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
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
ه	ha'	h	ha

ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya’	y	ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عِدَّة	ditulis	‘iddah
--------	---------	--------

3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliya’
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لغير	ditulis	Zakât al-fiṭr
-----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vocal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	jâhiliyah
2.	Fathah + ya’ mati	ditulis	a
	تنس	ditulis	tansa
3.	Kasrah + ya’ mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	furûd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya’ mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

انتم	ditulis	a’antum
اعدت	ditulis	u’iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

الاسماء	Ditulis	As-samâ
---------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Bapak Hendro Cahyono dan Ibu Kustinah, yang selalu mencurahkan seluruh perhatian, cinta dan kasih sayang, semangat dan motivasi, pengorbanan yang tak dapat tergantikan oleh apapun, serta doa terbaik yang tak pernah putus. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak dan ibu dengan Rahmat-Nya dan selalu diberikan kebahagiaan serta senantiasa dilindungi dan diberi kesehatan serta umur panjang.
2. Adik tercinta, Abdi Faza, semoga kita sama-sama menjadi pribadi yang lebih baik, berguna bagi orang tua, agama, bangsa dan negara.
3. Segenap keluarga besar Mbah Mustarja dan Mbah Wadiyem yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Yang selalu memberikan kasih sayang, cinta, harapan, motivasi dan semangat, serta do'a yang tiada henti. Semoga kita semua senantiasa mendapatkan Rahmat-Nya.
4. Abah Umi pondok pesantren Al-Mutta'abbidin dan keluarganya, serta guru-guru dan dosen-dosen saya yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang bermanfaat dan tak terhitung berapa banyak barakah dan doanya.
5. Sahabat tercinta dunia akhirat sejak zaman peradaban "cindung paris" Khoirunni'mah Sangadah, Anis Sulfuadah, Naela Zahro, yang tiada gantinya dan selalu memberikan dukungan, semangat dan do'a dari kejauhan, semoga persahabatan ini sampai kepada surga-Nya.
6. Sahabat tercinta "kelihatan jauh namun dekat" Anisatun Falaah, Tri Rokhana, yang selalu membantu dan selalu memberikan dukungan serta doa.
7. Sahabat tercinta "Bebek", Ika Alinda, Anjani Sinta Dewi, Riski Nur Itsnaeni, Laely Ayu Rakhmawati, Siti Rokhmatul Ummah, Indana Maula dan Fuad Zakaria kalian orang terindah dalam hidup penulis selama perkuliahan. Terima kasih sudah menjadi bagian dari hidup penulis dan memberikan banyak kenangan indah.

8. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah D angkatan 2016, yang selalu kebersamai di bangku perkuliahan selama 4 tahun ini, semoga silaturahmi tetap terjaga.
9. Semua pihak yang telah membantu, mendukung dan memberikan semangat serta do'a baiknya untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Almamater tercinta IAIN Purwokerto.



KATA PENGANTAR



Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya, semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak semoga kita menjadi ummat yang mendapatkan syafa'at Nabi SAW di hari Akhir.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M. Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Dewi Laela Hiyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Dr. Attabik, M.Ag., sebagai dosen pembimbing skripsi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, do'a, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Bapak.

8. Danis Husaini Dahlan, sebagai kepala desa Cinangsi yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di pasar tradisional Cinangsi dan membantu dalam penelitian, memberikan arahan serta dukungan kepada saya atas penelitian yang saya lakukan hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Segenap Dosen, Staff Karyawan Administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, khususnya dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan dan membantu dalam proses perkuliahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
10. Segenap para pedagang pasar Cinangsi yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini.
11. Keluarga, saudara, teman dan sahabat yang telah memberikan do'a, dorongan, semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Aamiin.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan.....	8
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Distorsi Pasar dalam Islam	13
1. Pengertian Pasar	13
2. Mekanisme Pasar Islami	14
3. Aspek-aspek Perilaku pedagang	22
B. Etika Bisnis Islam.....	24
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	24
2. Prinsip Etika Bisnis Islam Syed Heider Naqvi.....	26
C. Kajian Pustaka	29
D. Landasan Teologis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. dan Objek Penelitian.....	42
C. Sumber Data	43
1. Sumber Data Primer	44
2. Data Sekunder.....	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Observasi	45
2. Wawancara	46
3. Dokumentasi.....	48
E. Teknik Analisis Data	48
1. Reduksi Data (Data Reduction).....	49
2. Penyajian Data (Data Display)	50
3. Penarikan Kesimpulan (Conclusion/Verification).....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Pasar Tradisional Cinangsi	51
1. Kondisi Pasar Tradisional Cinangsi	51
2. Letak Geografis Pasar Tradisional Cinangsi	52
3. Jumlah dan Jenis Pedagang	53
4. Sarana dan Prasarana	54
5. Daftar Pedagang sebagai Informan atau Narasumber	55
B. Perilaku Pedagang Pasar Cinangsi	55
C. Analisis Perspektif Etika Bisnis Islam.....	78
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.3 Jenis Pedagang Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap	53
Tabel 2.3 Informan/Narasumber (Pedagang Pasar Cinangsi)	55



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 2 Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3 Surat Izin Observasi
- Lampiran 4 Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi
- Lampiran 5 Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 6 Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
- Lampiran 7 Surat Rekomendasi Seminar Proposal Skripsi
- Lampiran 8 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 9 Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 10 Surat Bimbingan Skripsi
- Lampiran 11 Blanko/Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 13 Berita Acara Sidang Munaqosyah
- Lampiran 14 Sertifikat OPAK IAIN Purwokerto
- Lampiran 15 Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 16 Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 17 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 18 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 19 Sertifikat PPL
- Lampiran 20 Sertifikat PBM
- Lampiran 21 Sertifikat KKN
- Lampiran 22 Surat Keterangan Telah Melakukan Observasi
- Lampiran 23 Fieldnote Wawancara
- Lampiran 24 Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam agama Islam, segala sesuatu yang ada di dunia ini telah dijelaskan dalam Al-Qur'an, termasuk salah satunya ialah perdagangan/perniagaan. Islam memberikan jalan yang sangat luas bagi manusia dalam mencari penghidupan di dunia ini, bumi yang dipusakakan oleh Allah SWT agar dikelola dengan sebaik-baiknya dan menuai hasilnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam hal perdagangan Allah Swt telah memberikan keterangan dalam sebuah ayat (QS Al Baqarah ayat 275) yang berbunyi "*Wa ahallallahul bai'a wa harramarriba*", yang artinya: dan Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba. Maka jelaslah bahwa perdagangan, perniagaan atau jual-beli sangat dianjurkan dan merupakan jalan yang diperintahkan oleh Allah Swt

Pada zaman modern seperti sekarang ini, manusia akan melakukan berbagai cara untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, salah satunya dengan berbisnis ataupun berdagang. Melalui bisnis dan berdagang (jual beli) setiap orang dapat menciptakan ekonomi mandiri dan turut serta membantu negara untuk mengurangi garis pengangguran di Indonesia. Berdagang merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang dapat dilakukan oleh setiap orang tanpa adanya batasan usia, jenis kelamin dan lain sebagainya.

Sebagian besar orang nampaknya masih lebih suka bekerja kepada orang lain daripada berdagang karena beranggapan bekerja untuk orang lain atau disebuah perusahaan yang mapan dengan kepastian gaji bulanan tentu lebih aman, nyaman, dan resiko rendah daripada berdagang. Padahal, sebetulnya Islam sangat menganjurkan perdagangan, dan Rasul pun memiliki latar belakang seorang pedagang dan merupakan pedagang yang bereputasi internasional dengan mendasarkan bangunan bisnisnya pada nilai-nilai ajaran agama Islam.

Islam merupakan agama tauhid. Agama yang menyatakan bahwa Tuhan yang layak dipertuhankan hanyalah Allah yang satu, yang menjadi awal dan akhir dari segala sesuatu yang ada di dunia ini, dan semua yang hidup dan mati berada dalam genggamannya dan kekuasaan Allah SWT (Asy'ari, 2016: 5). Prinsip tauhid ketuhanan inilah yang menjadi dasar dari ajaran agama Islam.

Dalam Islam kegiatan perdagangan haruslah didasari dengan sikap jujur dan adil. Sikap jujur dan adil ini bisa didapatkan dengan meneladani sikap nabi Muhammad saw dalam melakukan kegiatan perdagangan. Beliau senantiasa berlaku jujur dan adil dalam berdagang. Setidaknya ada empat sifat yang harus diteladani dari Rasulullah saw dalam berdagang yaitu *pertama*, *siddiq* (jujur), Seorang pedagang hendaknya selalu bersikap jujur dan adil, serta tidak menipu pembeli hanya untuk keuntungan pribadi semata. Diriwayatkan dari Umar ra: ketika beliau (Rasulullah) berkeliling pasar dan beliau memukul sebagian pedagang dengan tongkatnya sambil berkata: tidak boleh ada yang berdagang di pasar ini, kecuali mereka yang memahami hukum perdagangan dan berlaku jujur serta adil. Jika tidak maka berarti mereka memakan riba baik ia sadar ataupun tidak.

Kedua, tabligh maksudnya ialah seorang pedagang hendaknya mampu berkomunikasi dengan baik kepada pembeli, dan mampu mendeskripsikan dagangannya secara baik kepada pembeli. *Ketiga*, amanah maksudnya ialah seorang pedagang haruslah dapat dipercaya. Seorang pedagang hendaknya dapat memegang amanah/titipan orang lain, sehingga pembeli akan percaya dan sangat mungkin untuk kembali membeli lagi. *Keempat*, fathonah maksudnya ialah seorang pedagang hendaknya memiliki pengetahuan yang luas, terampil, cekatan dan memiliki visi misi yang cerdas, serta mengetahui ilmu pengetahuan yang luas mengenai barang dan jasa.

Dari penjelasan diatas Rasulullah telah mengajarkan kita tentang etika bisnis dalam Islam. kaum muslim yang bergerak dalam bidang perdagangan seharusnya mengetahui tentang hukum jual beli dan etika perilaku seorang pelaku bisnis dalam Islam.

Selain berperilaku jujur dan adil, kegiatan perdagangan hendaknya dilakukan secara sukarela atau atas dasar suka sama suka tanpa adanya paksaan. Setiap pihak baik penjual dan pembeli masing-masing memiliki hak atas pilihan mereka, karena Islam telah mengatur sistem yang adil dalam hal jual-beli. Seorang pedagang memiliki hak atas dagangan dan transaksi yang dilakukannya dengan pembeli. Setiap pembeli memiliki hak untuk bertanya dan menjelaskan tentang keinginan atau kebutuhannya, dan hak untuk membeli atau tidak. Sebagai seorang pedagang tentunya kita harus memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan pembeli, biarkan pembeli melakukan tawar menawar barang, dan menghormati setiap keputusan yang diambil pembeli. Hal tersebut juga disebutkan disebuah hadis (Fathullah, 40 Hadis Mudah Dihafal Sanad dan Matan, 2014: 38) sebagai berikut:

قَالَ الْإِمَامُ الْبُخَارِيُّ رَجَمَهُ اللَّهُ: حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ يُوسُفَ، أَخْبَرَنَا مَالِكٌ، عَنْ نَافِعٍ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: الْمُتَبَايِعَانِ كُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ عَلَى صَاحِبِهِ مَا لَمْ يَتَّفَقَا إِلَّا بَيْعَ الْخِيَارِ.

Imam al-Bukhari ra berkata: telah menceritakan kepada kami Abdullah ibn Yusuf yang berkata: telah mengabarkan kepada kami Malik dari Nafi', dari Abdullah ibn Umar ra, bahwa Rasulullah saw bersabda:

“Dua orang yang melakukan jual beli, masing-masing punya hak pilihan atas teman jual belinya selama keduanya belum berpisah, kecuali jual beli yang sudah disepakati pilihannya”.

Hadis diatas diriwayatkan oleh imam Al-Bukhari dengan jalur periwayatan dari hadis diatas ialah imam Al-Bukhari - Abdullah ibn Yusuf – Malik – Nafi' – Abdullah ibn Umar – Rasulullah saw (Fathullah, 40 Hadis Mudah Dihafal Sanad dan Matan, 2014: 29). Kemudian untuk sanadnya yaitu Rasulullah saw – Abdullah ibn Umar – Nafi' – Malik – Abdullah ibn Yusuf – Al-Bukhari.

Hadis diatas mengandung pesan sebagai berikut: *pertama*, Islam telah mengatur sistem yang adil dalam jual beli (Fathullah, 2014: 38). Jual beli dalam Islam ialah jual beli yang dilakukan secara adil dan jujur, tidak menipu pembeli hanya untuk keuntungan pribadi semata. Seperti yang telah dijelaskan

sebelumnya bahwa hendaknya kita mencontoh dari sifat Rasulullah saw dalam hal berdagang.

Kedua, setiap pembeli dan penjual diberi hak yang sama. Maksudnya ialah baik penjual dan pembeli mereka masing-masing memiliki hak untuk menentukan jadi dan tidaknya transaksi dalam waktu dan tempat yang adil. Seorang pedagang memiliki hak akan dagangannya dan kepada siapa ia akan menjualnya atau melakukan transaksi. Kemudian pembeli memiliki hak untuk memberitahukan kebutuhan dan keinginannya, dan hak untuk memutuskan kepada siapa ia memberitahukan kebutuhan dan keinginannya tersebut. Oleh karena itu, mereka hendaknya saling menghormati atas keputusan satu sama lain.

Sebagai manusia yang merupakan makhluk paling sempurna di dunia ini tentu tidak akan lepas dari yang namanya kebutuhan hidup. Kebutuhan merupakan faktor utama dalam hidup manusia, sehingga manusia dituntut untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Salah satu usaha manusia dalam memenuhi kebutuhannya baik sebagai pedagang ataupun pembeli tentu memerlukan tempat yang namanya pasar. Selama ini, pasar telah menyatu dan menjadi tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli saja, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya (Presiden, 2007: 112).

Para ahli ekonomi mendeskripsikan pasar merupakan tempat melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu (Hakim, 2005: 7). Pasar dalam ilmu ekonomi merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Penjual atau yang sering disebut sebagai pedagang merupakan orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang dagangan yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan (Sujatmiko, 2014: 231). Sedangkan pembeli atau konsumen merupakan orang

yang memberitahukan tentang keinginannya, dan melayani kehendaknya dengan jalan menguntungkan kedua belah pihak.

Dalam pandangan Islam, pasar bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli, tetapi juga merupakan pertemuan yang dimana pembeli datang dengan permintaan akan barang yang diinginkan dan dibutuhkan sedangkan penjual ada dengan barang-barang kebutuhan pokok lainnya (Najib, 2016: www.kompasiana.com). Dimana antara penjual dan pembeli akan terjadi tawar menawar terhadap suatu barang yang akan menghasilkan suatu kesepakatan tingkat harga akan barang yang diminta oleh pembeli. Jika diantara kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli sudah menyepakati hasil kesepakatan akan harga barang, maka harga suatu barang tersebut sudah ditetapkan dan disetujui oleh kedua belah pihak yang bersangkutan.

Pasar sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, banyak masyarakat yang bergantung pada adanya pasar. Pasar yang paling mudah dijumpai saat ini salah satunya adalah pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan pasar yang berperan penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan memiliki keunggulan bersaing yang alamiah. Keberadaan pasar tradisional ini sangat membantu, tidak hanya bagi pemerintah daerah ataupun pusat tetapi juga para masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan berdagang, karena di dalam pasar tradisional terdapat banyak pihak yang terlibat dan memiliki arti penting dan berusaha untuk mensejahterakan kehidupannya baik itu pedagang, pembeli, pekerja panggul dan sebagainya. Mereka semua adalah aktor yang berperan penting dalam mempertahankan eksistensi pasar tradisional di Indonesia.

Pasar Cinangsi merupakan salah satu pasar tradisional yang masih beroperasi di kecamatan Gandrungmangu, kabupaten Cilacap. Pasar Cinangsi ini terletak di pusat desa Cinangsi yang beralamat di Jalan Karangpucung – Sidareja, Cinangsi Barat RT/RW 03/01, kecamatan Gandrungmangu, kabupaten Cilacap. Pasar ini merupakan salah satu pasar tertua yang ada di kecamatan Gandrungmangu, karena pasar ini sudah ada sejak zaman sebelum

pendudukan Jepang dan masih aktif beroperasi sampai sekarang. Pengelolaannya adalah berada dalam naungan pemerintah desa Cinangsi.

Pasar Cinangsi yang mayoritas pedagangnya muslim (berdasarkan catatan kependudukan menurut kepala desa Cinangsi bapak Danis Husaini Dahlan) adalah menjadi fokus penelitian ini, tentunya tidak bisa menafikan adanya pelaksanaan etika dalam berbisnis secara Islami. Namun juga tidak bisa dipungkiri dengan berbagai watak dari pelaku bisnis, baik penjual maupun pembeli, ataupun persaingan antar pelaku bisnis dapat memicu pula lahirnya ketersinggungan dan ketidaksesuaian dalam mengeksekusi harga barang. Terkadang terjadi perselisihan dan pertengkaran akibat masing-masing pihak mempertahankan pendapat yang notabnya bertolak belakang dengan ketentuan etika bisnis Islam.

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta perselisihan-perselisihan yang mungkin terjadi yang tidak sesuai dengan Syariah (Qardhawi, 1997: 5). Dalam Islam, Etika bisnis juga berfungsi sebagai pengatur terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terdzalimi (Muslich, 2004: 29).

Menurut Syed Nawab Heider Naqvi ada lima prinsip etika bisnis Islam bagi pelaku bisnis salah satunya pedagang ialah, seorang pedagang hendaknya memegang prinsip etika dalam berbisnis yaitu prinsip kesatuan (*ketauhidan*), keseimbangan (*keadilan*), kehendak bebas (*free will*), tanggungjawab (*responsibility*) dan prinsip kebajikan (*ihsan*) (Naqvi, 2003: 37). Maka dari itu, prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Dalam hal jual beli pasti setiap orang memiliki respon atau perilaku yang berbeda-beda. Menurut Skinner, seorang ahli psikologi merumuskan bahwa, perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan luar (Notoadmodjo, 2007: 114). Dalam perilaku pedagang ada beberapa perilaku yang sering terjadi, antara lain ialah dalam hal Takaran, Pemberian Kualitas Produk, Keramahan, Penepatan janji, Pelayanan, dan Persaingan Sesama Bisnis.

Dari hasil pengamatan yang telah saya lakukan, yang menarik dari perilaku para pedagang di pasar Cinangsi ini adalah, meskipun mereka melakukan kegiatan perdagangan dengan jumlah pesaing sesama bisnis yang banyak, namun mereka memiliki hubungan silaturahmi yang erat satu sama lain. Terlihat dari perlakuan antar pedagang yang saling membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan perdagangan, menghormati pedagang lain dengan saling berperilaku ramah dan tidak menjelekkan pedagang lain. Pasar yang di kelola oleh pemerintah desa di bawah naungan kepala desa Cinangsi (bapak Danis Husaini Dahlan) ini, merupakan salah satu pasar tertua di daerah Gandrungmangu dan masih aktif beroperasi. Pasar yang buka setiap hari Selasa dan Jum'at dari pagi hingga siang hari sekitar pukul 14:00 pada hari selasa dan pukul 11:00 pada hari Jum'at, dengan jumlah pedagang kurang lebih sekitar 305 orang. Beberapa dari mereka berdagang untuk mencari penghasilan agar memenuhi kebutuhan sehari-hari tanpa didasari dengan hukum jual beli dalam Islam. Hal ini terjadi karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan para pedagang pasar Cinangsi. Ada juga yang berdagang untuk melanjutkan usaha keluarga mereka. Meskipun para pedagang di pasar Cinangsi ini tidak paham akan etika bisnis Islam, namun dalam berdagang mereka sesuai dengan ajaran agama Islam.

Dalam dunia perdagangan tentunya kita tidak bisa menafikan adanya perilaku penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis dalam Islam dan menimbulkan adanya distorsi pasar dan menyebabkan ketidakseimbangan pasar. Perilaku penyimpangan ini antara lain ialah, pengoplosan barang kualitas bagus dengan barang kualitas buruk, pengurangan takaran dalam

timbangan, tidak menepati janjinya, menipu pembeli dan mungkin penyimpangan-penyimpangan lainnya. Hal semacam ini rawan terjadi di pasar tradisional karena minimnya tingkat pendidikan dan pengetahuan para pedagang. Hal seperti ini merupakan hal yang dilarang oleh syariat Islam. Karena dalam Islam sangat dianjurkan etika dalam berbisnis.

Melihat permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti secara mendalam kegiatan atau perilaku yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional Cinangsi Gandrungmangu Cilacap berdasarkan persepektif etika bisnis Islam. Maka peneliti mengangkat judul “**Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)**” sebagai bahan penelitian tugas akhir kuliah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimanakah perilaku pedagang pasar tradisional Cinangsi dalam menjalankan aktifitas perdagangan dan menghadapi persaingan antar pelaku bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan

Untuk mengetahui perilaku para pedagang pasar tradisional Cinangsi dalam menjalankan kegiatan perdagangan dalam perspektif etika bisnis Islam.

2. Kegunaan

a. Bagi Penulis

- 1) Menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan tentang ada tidaknya etika bisnis yang dilakukan pedagang.

2) Menambah khasanah keilmuan tentang ekonomi Islam khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pembaca umumnya.

b. Almamater

Sebagai tambahan data dan informasi untuk penelitian selanjutnya khususnya informasi tentang perilaku pedagang dalam perspektif etika bisnis Islam.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman mengenai penelitian ini, maka penulis akan memaparkan penulisan laporan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini mencakup sub bab; latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah pada penelitian, yaitu tentang masih adanya beberapa perilaku pedagang di pasar tradisional Cinangsi yang tidak sesuai atau menyimpang dari etika bisnis Islam dan menyebabkan adanya distorsi pasar. Hal ini disebabkan karena rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan para pedagang, meskipun pada kenyataannya sebagian besar pedagang sudah sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu dengan tidak meninggalkan kewajiban beribadah, berlaku jujur dan adil. Selanjutnya pada bab ini juga menjelaskan tentang rumusan masalah yang diambil oleh peneliti yaitu bagaimana perilaku pedagang pasar Cinangsi dalam menjalankan aktifitas perdagangan dan menghadapi persaingan antar pelaku bisnis dalam perspektif etika bisnis Islam. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui bagaimana perilaku para pedagang di pasar tradisional Cinangsi dan bagaimana mereka menghadapi persaingan antar pelaku bisnis, apakah didasari dengan etika bisnis Islam atau tidak. Selain itu, pada bab ini juga menjelaskan tentang tujuan dan manfaat dari penelitian, serta menjelaskan tentang sistematika pembahasan untuk membantu memudahkan dalam memahami penelitian ini.

BAB II Landasan Teori. Pada bab ini memuat uraian tentang teori-teori dan tinjauan pustaka terdahulu yang relevan atau terkait dengan tema penelitian serta landasan teologis yang berhubungan dengan tema penelitian.

Dalam bab ini memuat teori-teori tentang distorsi pasar dalam Islam, mekanisme pasar Islami dan etika bisnis Islam serta dokumen-dokumen lain yang berhubungan dengan tema penelitian tersebut. Teori-teori tersebut merupakan teori-teori yang menjelaskan tentang bagaimana perilaku yang seharusnya dimiliki/dilakukan oleh seorang pedagang muslim dan bagaimana etika seorang pedagang dalam Islam.

Selain itu, pada bab ini juga menjelaskan tentang kajian/tinjauan pustaka. Yaitu kajian mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan tema penelitian yang peneliti lakukan. Dan terakhir menjelaskan tentang landasan teologis atau yang menjadi dasar tentang bagaimana perilaku pedagang dalam etika bisnis Islam baik dari Al- Qur'an ataupun Hadis.

BAB III Metode Penelitian. Memuat secara rinci mengenai metode penelitian yang digunakan; jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan subjek penelitian, Teknik pengumpulan data serta analisis data yang digunakan.

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan. Yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Yaitu suatu metode penelitian dengan melakukan pengamatan di lapangan secara langsung baik dengan cara observasi ataupun melalui wawancara. Dalam penelitian kualitatif biasanya menggunakan kata atau kalimat-kalimat dan bukan berupa angka.

Dalam bab ini juga menjelaskan tentang jenis penelitian yang peneliti gunakan yaitu berupa studi kasus. Kemudian, menjelaskan tentang lokasi pada penelitian ini diambil yaitu pasar Cinangsi, Gandrungmangu, Cilacap. Selanjutnya, menjelaskan tentang siapa subjek dan apa objek penelitian, subjek dalam penelitian ini yaitu para pedagang pasar Cinangsi dan untuk objek pada penelitian ini ialah perilaku para pedagang pasar Cinangsi. Terakhir pada bab ini menjelaskan tentang bagaimana teknik analisis data yang digunakan, peneliti menggunakan Teknik analisis data menurut Milles

and Huberman yaitu dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini berisi pembahasan atau deskripsi data tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

Dalam bab ini menjelaskan tentang hasil dari penelitian yang peneliti lakukan, yang menunjukkan bahwa masih adanya pedagang yang melakukan tindakan yang dapat merusak mekanisme pasar yaitu dengan menipu pembeli demi keuntungan pribadi, tidak memperhatikan kualitas produk yang dijual untuk mendapatkan harga yang lebih murah untuk menarik pembeli. Namun dalam menghadapi persaingan antar pelaku bisnis mereka bersaing dengan cara yang sehat meskipun ada beberapa pelaku bisnis yang melakukan tindakan yang dapat merusak mekanisme pasar dengan menurunkan harga dan merusak tingkat penawaran dan merugikan pihak lainnya.

Kemudian perilaku para pedagang di pasar Cinangsi ini, sebagian besar sudah sesuai dengan etika bisnis Islam baik dalam hal takaran yaitu dengan menakar secara adil dengan tidak menguranginya, dalam hal keramahan dan pelayanan, yaitu dengan cara ramah kepada setiap pembeli dan melayani dengan sepenuh hati, kemudian dalam hal penepatan janji dengan tidak mengingkari apa yang sudah disepakati dengan pembeli dan dalam hal persaingan sesama bisnis yaitu bersaing dengan cara yang sehat dan saling tolong menolong. Namun, masih ada beberapa pedagang yang melakukan tindak penyimpangan dengan mengoplos barang kualitas bagus dengan buruk, menipu pembeli dan lain sebagainya. Selain itu, hasil penelitian menjelaskan bahwa sebagian besar para pedagang di pasar Cinangsi ini memegang lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan (*ketauhidan*), keseimbangan (*keadilan*), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggungjawab (*responsibility*) dan prinsip kebajikan (*ihsan*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perilaku para pedagang di pasar Cinangsi sudah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.

BAB V Penutup. Pada bab kelima atau penutup ini berisi kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kemudian pada bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang terkait dengan penelitian.

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan. Peneliti mengambil kesimpulan yaitu sebagian besar para pedagang pasar Cinangsi tidak paham akan etika bisnis Islam, hal ini disebabkan karena rendahnya tingkat pendidikan para pedagang. Namun dalam melakukan kegiatan bisnisnya mereka senantiasa sesuai dengan ajaran agama Islam dan memegang lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan/ketauhidan, prinsip keseimbangan/keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggungjawab, dan prinsip kebajikan. Selain itu, perilaku para pedagang di pasar Cinangsi ini dalam menghadapi persaingan antar pelaku bisnis yaitu berdagang dengan cara yang sehat dan saling percaya dan mendukung satu sama lain, meskipun masih ada beberapa pedagang yang melakukan kegiatan yang tidak sesuai dengan etika bisnis dalam Islam dan dapat merusak mekanisme pasar (distorsi pasar) seperti menipu pembeli, mengoplos barang kualitas bagus dengan kualitas buruk, dan menghiraukan kualitas produk demi mendapat harga rendah untuk menarik pembeli.

IAIN PURWOKERTO

BAB II LANDASAN TEORI

A. Distorsi Pasar dalam Islam

1. Pengertian Pasar

Pasar dalam pengertian ilmu ekonomi adalah pertemuan antara permintaan dan penawaran, kita sebut sebagai pertemuan antara *Supply and Demand*. Dalam pengertian ini, pasar bersifat interaktif, bukan fisik. Adapun mekanisme pasar adalah proses penentuan tingkat harga berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran. Pasar dalam ilmu ekonomi merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Penjual atau yang sering disebut sebagai pedagang merupakan orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang dagangan yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh keuntungan (Sujatmiko, 2014: 231). Sedangkan pembeli atau konsumen merupakan orang yang memberitahukan tentang keinginannya, dan melayani kehendaknya dengan jalan menguntungkan kedua belah pihak.

Pasar merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat, baik masyarakat yang berada di kalangan kelas bawah ataupun masyarakat yang berada di kalangan kelas atas. Semua unsur yang berkaitan dengan hal ekonomi berada di pasar, mulai dari unsur produksi, distribusi, ataupun unsur konsumsi. Aktivitas yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan produsen dan konsumen. Masing-masing dari mereka mempunyai peranan yang sangat penting terhadap pembentukan harga dalam pasar.

Pembahasan terkait dengan pasar, negara, individu dan masyarakat selalu menjadi diskursus hangat dalam ilmu ekonomi. Menurut ekonomi kapitalis (klasik) pasar memainkan peranan yang sangat penting dalam sistem perekonomian. Ekonomi kapitalis menghendaki pasar bebas untuk menyelesaikan permasalahan ekonomi, mulai dari produksi, konsumsi sampai distribusi. Semboyan kapitalis adalah *laissez faire et laissez le monde*

vadelui meme (Biarkan ia berbuat dan biarkan ia berjalan, dunia akan mengurus diri sendiri). Maksudnya, biarkan sajarah perekonomian berjalan dengan wajar tanpa intervensi pemerintah, nanti akan ada suatu tangan tak terlihat yang akan membawa perekonomian tersebut ke arah equilibrium. Jika banyak campur tangan pemerintah, maka pasar akan mengalami distorsi yang akan membawa perekonomian pada ketidakefisienan dan ketidakseimbangan. Menurut konsep tersebut, pasar yang paling baik adalah persaingan bebas, sedangkan harga dibentuk oleh oleh kaedah permintaan dan penawaran (Agustianto 2011).

Prinsip pasar bebas akan menghasilkan keseimbangan (equilibrium) dalam masyarakat, di mana nantinya akan menghasilkan upah (*wage*) yang adil, harga barang yang stabil dan kondisi tingkat pengangguran yang rendah (L. Hakim 2017: 15). Untuk itu peranan negara dalam ekonomi sama sekali harus diminimalisir, sebab kalau negara turun campur bermain dalam ekonomi hanya akan menyingkirkan sektor swasta sehingga akhirnya mengganggu equilibrium pasar. Maka dalam paradigma kapitalisme, mekanisme pasar diyakini akan menghasilkan suatu keputusan yang adil dan arif dari berbagai kepentingan yang bertemu di pasar. Para pendukung paradigma pasar bebas telah melakukan berbagai upaya akademis untuk meyakinkan bahwa pasar adalah sebuah sistem yang mandiri.

2. Mekanisme Pasar Islami

Islam adalah agama yang sempurna. Hal ini dikarenakan didalamnya dibahas nilai-nilai, etika dan pedoman hidup secara komprehensif. Islam pula merupakan agama penyempurna dari agama-agama terdahulu dan mengatur seluruh aspek kehidupan manusia baik dalam persoalan aqidah maupun muamalah. Dalam hal muamalah, Islam mengatur kaitannya dengan dengan relasi dan hubungan sesama manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari termasuk didalamnya dituntun bagaimana cara pengelolaan pasar dan segala bentuk mekanismenya.

Peranan ekonomi Islam dalam mekanisme pasar menyumbangkan andil yang amat penting di tengah cerut-marut kondisi perekonomian angsa Indonesia. Praktek pasar sejatinya harus ditampilkan nilai-nilai yang sesuai dengan norma dan nilai yang dibenarkan. Dua paham ekonomi yang selama ini menjadi acuan dan barometer dunia, yaitu ekonomi kapitalis dan ekonomi sosialis ternyata tidak dapat mengatur mekanisme kegiatan pasar saat ini yang serba tidak menentu dan tidak jelas, malah semakin memperparah keadaan (Wiharto 2008).

Di tinjau dari para pelaku pasar, tentu semua pihak yang terlibat dalam pasar punya kepentingannya masing-masing. Setiap transaksi yang terjadi merupakan representasi dari upaya pemenuhan kebutuhan masing-masing. Disinilah moralitas atau etika islami harus punya peranannya, dimana nilai-nilai islami (konsep-konsep syariah) akan membentuk arah, cara dan penyelesaian pemenuhan kebutuhan para pelaku pasar. Dengan demikian, para pelaku pasar akan bertindak sesuai dengan kaidah nilai-nilai- atau etika islam yang ada.

Realisasi dari konsep syariah itu memiliki tiga ciri yang mendasar yaitu prinsip keadilan, menghindari kegiatan yang dilarang dan memperhatikan aspek kemanfaatan. Ketiga prinsip tersebut berorientasi pada terciptanya sistem ekonomi yang seimbang yaitu keseimbangan antara memaksimalkan keuntungan dan pemenuhan prinsip Syariah yang menjadi hal mendasar dalam kegiatan pasar (Ali,2008).

Ekonomi Islam memandang bahwa pasar, negara, dan individu berada dalam keseimbangan (*iqtishad*), tidak boleh ada *sub-ordinat*, tidak boleh ada jarak antara mereka, sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Pasar dijamin kebebasannya dalam Islam. Pasar bebas menentukan cara-cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. Dengan demikian, mekanisme pasar islami harus menjamin keadilan para pelaku dalam pasar, baik sesama penjual ataupun dengan pembeli, dengan didasari oleh saling rela dalam proses transaksi dan tidak adanya kedhaliman (*Dhulm*).

Namun dalam kenyataannya sulit ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil. Distorasi pasar tetap sering terjadi, sehingga dapat merugikan para pihak, inilah yang mesti harus diantisipasi dan tetap menjalankan mekanisme secara islami. Untuk itu sebagai seorang pedagang muslim hendaknya kita mengetahui akan etika seorang pedagang dalam Islam.

Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebajikan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep *falah* (konsep kebahagiaan, keberhasilan atau keselamatan yang baik) yang terdapat dalam Al-Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai *falah*, aktifitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral. Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral (Siddiqi, 1996: 5).

Menurut Yusuf Qardawi dalam bukunya yang berjudul *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, secara tegas memisahkan antara nilai-nilai atau norma dan perilaku dalam perdagangan. Perilaku setiap pedagang pasti juga dipengaruhi oleh adanya nilai-nilai norma yang berlaku di sekitarnya. Nilai-nilai norma diantaranya ialah menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan. Perilaku yang muncul dari adanya nilai tersebut ialah larangan mengedarkan barang-barang haram, dengan cara membeli, menjual, memindahkan atau cara apa saja untuk mencegah peredarannya. Kemudian, norma atau nilai-nilai yang selanjutnya ialah bersikap benar, amanah, dan jujur. Perilaku pedagang yang muncul ialah hendaknya dalam melakukan kegiatan perdagangan selalu benar, maksudnya ialah berdagangan dengan didasari ruh keimanan, yaitu berdagang dengan cara yang jujur dan amanah, serta menghindari perbuatan bohong dan dusta. Norma atau nilai yang selanjutnya ialah menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga, perilaku yang muncul yaitu dengan cara tidak melakukan jual beli yang mengandung ketidakjelasan, tidak bertransaksi dengan Lembaga riba, tidak melakukan

penimbunan bunga demi keuntungan pribadi, dan bersegera dalam membayar hutang bila sudah jatuh waktunya membayar.

Salah satu pemikir ekonomi muslim kontemporer Muhammad Najatullah Shiddiqi, menyatakan:

“Sistem pasar di bawah pengaruh semangat Islam berdasarkan dua asumsi, Asumsi itu adalah rasionalitas ekonomi dan persaingan sempurna. Berdasarkan asumsi ini, sistem pasar di bawah pengaruh semangat Islam dapat dianggap sempurna. Sistem ini menggambarkan keselarasan antar kepentingan para konsumen.”

Yang dimaksud dengan rasionalitas ekonomi, adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh produsen (penjual) dan konsumen (pembeli) dalam rangka memaksimalkan kepuasannya masing-masing. Pencapaian terhadap kepuasan sebagaimana tersebut tentunya haruslah diproses dan ditindak lanjuti secara berkesinambungan, dan masing-masing pihak hendaknya mengetahui dengan jelas apa dan bagaimana keputusan yang harus diambil dalam pemenuhan kepuasan ekonomi tersebut.

Ciri-ciri penting pendekatan Islam dalam hal mekanisme pasar adalah:

1. Penyelesaian masalah ekonomi yang asasi (konsumsi, produksi, dan distribusi), dikenal sebagai tujuan mekanisme pasar.
2. Dengan berpedoman pada ajaran Islam, para konsumen diharapkan bertingkah laku sesuai dengan mekanisme pasar, sehingga dapat mencapai tujuan yang dinyatakan di atas.
3. Jika perlu, campur tangan negara sangat penting diberlakukan untuk normalisasi dan memperbaiki mekanisme pasar yang rusak. Sebab negara adalah penjamin terwujudnya mekanisme pasar yang normal.

3. Distorsi Pasar dan Bentuk-bentuknya

Pasar menentukan harga dan cara berproduksi, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar tersebut. Namun dalam kenyataannya sulit ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil. Kondisi demikianlah kita sebut sebagai distorsi pasar. Dalam

kenyataannya, distorsi pasar tetap sering terjadi, sehingga dapat merugikan para pihak yang terlibat sebagai pelaku pasar.

Maka sehubungan dengan mekanisme pasar di atas, dalam sistem ekonomi itu harus menyesuaikan dengan apa yang terkandung dalam sistem ekonomi Islam. Karena secara umum dapat dikatakan bahwa dalam sistem ekonomi Islam terdapat nilai-nilai yang masuk dalam keilmuan berdasarkan norma dan kaidah yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadis. Dalam konsep ekonomi Islam, interaksi antara sisi penawaran dan permintaan (*Supply Demand*) haruslah terjadi rela sama rela (*antaradin*) dalam melakukan transaksi, keadaan rela sama rela tersebut merupakan kebalikan dari keadaan aniaya (*Zhulm*) yang mana dalam keadaan tersebut salah satu pihak berbahagia diatas penderitaan orang lain, ini merupakan hal yang dilarang dalam ajaran agama Islam.

Distorsi pasar ini sering dilakukan oleh para pelaku pasar untuk mencari keuntungan cepat atau di atas wajar dengan merugikan pihak lain. Distorsi ini menciptakan ketidakadilan dan ketidakseimbangan di pasar. Menguntungkan bagi satu pihak tetapi merugikan bagi pihak lain. Beberapa tindakan yang bersifat kezaliman (*zhulm*) di pasar dapat menyebabkan kondisi terjadinya distorsi baik dari sisi penawaran maupun permintaan. Kondisi ini mengakibatkan harga berada dalam kondisi ketidak-seimbangan, dimana pertemuan *supply* dan *demand* terjadi karena ada faktor-faktor kejahatan, bukan disebabkan oleh faktor yang bersifat alamiah yang tidak dapat dihindari oleh manusia, seperti: cuaca, bencana alam, dan lainnya.

Beberapa tindakan bukan alamiah tetapi karena tindakan kejahatan seseorang atau sekelompok orang di pasar yang menjadi pemicu terjadinya distorsi pasar:

a. Penipuan (*Tadlis*)

Tadlis adalah kondisi di mana satu pihak tidak mengetahui kondisi yang sebenarnya sehingga pihak yang mengetahui informasi memanfaatkan kondisi tersebut untuk mendapatkan keuntungan dengan

menipu pihak yang tidak tahu. Kondisi ini disebabkan karena adanya ketidaklengkapan informasi. *Tadlis* bisa terjadi dari segi kualitas, kuantitas, harga dan waktu penyerahan. *Tadlis* ini terjadi karena adanya ketidakjujuran di antara salah satu pihak yang melakukan transaksi. (Karim, 2007).

Sistem Ekonomi Islam melarang hal ini (ketimpangan informasi tentang barang yang akan diperjualbelikan) karena dengan adanya informasi yang tidak sama antara kedua belah pihak, maka unsur '*an tarâdh minkum*' (kerelaan bersama) dilanggar. Untuk menghindari penipuan, masing-masing pihak harus mempelajari strategi pihak lain. Alquran dengan tegas telah melarang semua transaksi bisnis yang mengandung unsur penipuan dalam segala bentuk terhadap pihak lain. Seperti dalam surah al-An'âm [6]: 152. "*Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikul beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya.*"

b. Rekayasa Permintaan (*Demand*) dan Penawaran (*Supply*)

1) Ikhtikar

Ihtikar yaitu melakukan penimbunan barang dengan tujuan spekulasi, sehingga ia mendapatkan keuntungan besar di atas keuntungan normal atau dia menjual hanya sedikit barang untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi, sehingga mendapatkan keuntungan di atas keuntungan normal. *Ikhtikar* sering kali diterjemahkan sebagai monopoli dan atau penimbunan. Padahal sebenarnya *ihtikar* tidak identik dengan monopoli dan/atau penimbunan. Dalam Islam, siapa pun boleh berbisnis tanpa peduli apakah dia satu-satunya penjual (monopoli) atau ada penjual lain. Menyimpan stock barang untuk keperluan persediaan pun tidak dilarang dalam Islam. Jadi monopoli sah-sah saja. Demikian pula menyimpan persediaan. Yang dilarang adalah *ihtikar*, yaitu mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara

menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi, atau istilah ekonominya *monopoly's rent-seeking*. Jadi dalam Islam, monopoli boleh. Sedangkan *monopoly's rent seeking* tidak boleh.

Suatu kegiatan masuk dalam kategori *ihthikar* apabila tiga unsur berikut terdapat dalam kegiatan tersebut:

- a) Mengupayakan adanya kelangkaan barang baik dengan cara menimbun stock ataupun *entry barriers*, yaitu hal-hal yang menghambat masuknya perusahaan masuk ke bidang usaha tertentu.
 - b) Menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sebelum munculnya kelangkaan.
 - c) Mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan keuntungan sebelum komponen 1 dan 2 dilakukan.
- 2) Bai' Najasy

Najasy adalah sebuah praktek dagang dimana seseorang pura-pura menawar barang yang didagangkan dengan maksud hanya untuk menaikkan harga, agar orang lain bersedia membeli dengan harga itu, Ibnu 'Umar r.a berkata: "Rasulullah SAW melarang keras praktek jual beli *najasy*". Di dalam hadits yang diriwayatkan oleh Tirmidzi, Rasulullah SAW bersabda:

"Janganlah kamu sekalian melakukan penawaran barang tanpa maksud untuk membeli". (HR. Tirmidzi)

Transaksi *najasy* diharamkan dalam perdagangan karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga yang lebih tinggi, agar orang lain tertarik pula untuk membelinya. Si Penawar sendiri tidak bermaksud untuk benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya ingin menipu orang lain yang benar-benar ingin membeli yang sebelumnya orang ini telah melakukan kesepakatan dengan penjual. Akibatnya terjadi permintaan palsu (*false demand*). Tingkat permintaan yang terjadi tidak dihasilkan secara alamiah

c. Taghrir

Taghrir berasal dari kata bahasa arab *gharar*, yang berarti akibat, bencana, bahaya, risik dan ketidakpastian. Dalam istilah fikih muamalah, *taghrir* berarti melakukan sesuatu secara membabi buta tanpa pengetahuan yang mencukupi, atau mengambil risiko sendiri dari suatu perbuatan yang mengandung risiko tanpa mengetahui dengan persis apa akibatnya atau memasuki kancah risiko tanpa memikirkan konsekuensinya.

Jual beli *gharar* ialah suatu jual beli yang mengandung ketidakjelasan atau ketidak pastian. Jual beli *gharar* dan *tadlis* sama-sama dilarang, karena keduanya mengandung ketidaklengkapan informasi (*incomplete information*). Namun berbeda dengan *tadlis*, dimana *incomplete information*nya hanya dialami oleh satu pihak saja, misalnya pembeli saja atau penjual saja, dalam *gharar incomplete information* dialami oleh dua pihak, baik pembeli maupun penjual. Jadi dalam *gharar* terjadi ketidakpastian (ketidakjelasan) yang melibatkan dua pihak. Contohnya jual beli ijon, jual beli anak sapi yang masih dalam kandungan induknya, menjual ikan yang ada di dalam kolam. Sebagaimana *tadlis*, jual beli *gharar* juga terjadi pada empat hal, yaitu: kualitas, kuantitas, harga dan waktu.

4. Aspek Perilaku Pedagang

a. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al- An'am ayat 152 yang berbunyi:

" وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ، ^ط وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ ^ط
 لَا تَكْفِ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ^ط وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ^ط وَيَعْهَدِ اللَّهُ أَوْفُوا ^ط ذَالِكُمْ وَصَّاكُم
 بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ " (١٥٢)

“Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran serta timbangan secara adil. Kami tidak akan memikulkan beban sesuai dengan kemampuannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabatmu, dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat”.

Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu. Timbangan atau takaran adalah hal yang harus diperhatikan oleh penjual demi kepuasan pembeli. Pembeli akan merasa puas apabila transaksi yang ia lakukan transparan dan tidak ada yang ditutup-tutupi.

b. Kualitas barang/produk

Kualitas barang atau produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk ialah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam Islam, baik sebagai produsen ataupun pedagang kita dianjurkan untuk memperhatikan kualitas barang yang kita buat atau perdagangkan. Pada prinsipnya, Islam mengutamakan keberkahan atau manfaat, sehingga dapat memberikan keuntungan tidak hanya pada diri sendiri (pedagang/produsen) melainkan juga untuk konsumen.

c. Keramahan

Secara Bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain. Rasulullah SAW bersabda “orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seorang yang tidak bersikap ramah. Dan

sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia.” (HR Thabrani dan Daruquthi, dari Jabir RA).

d. Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan seksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya, dan layani pembeli dengan sepenuh hati.

e. Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran perkataannya. Begitu pula seorang pembeli akan percaya kepada pedagang apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang diucapkannya. Salah satunya yaitu dengan menepati janji. Seorang pedagang yang ingin dipercaya dan disukai oleh para pelanggannya hendaknya selalu menepati janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak akan merasa di khianati dan akan sangat mungkin untuk kembali membeli lagi.

f. Persaingan Sesama Pedagang

Persaingan bisnis adalah persetujuan antar pelaku bisnis yang secara independent berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan kepada penjual. Seorang pedagang hendaknya bersaing dengan cara yang sehat, dengan tidak menjelekan dagangan orang lain demi kepentingan penjualan pribadi.

Setiap orang pasti memiliki perilaku atau respon yang berbeda-beda tergantung pada sifat dan watak seseorang tersebut. Begitu juga dengan pedagang, mereka pasti memiliki perilaku yang berbeda-beda tergantung dengan sifat, watak dan keadaan lingkungan di sekitarnya.

Oleh karena itu, suatu reaksi tertentu akan menimbulkan respon yang tertentu pula.

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika secara etimologi, etika (ethics) yang berasal dari Bahasa Yunani, ethikos yang mempunyai beragam arti : *pertama*, sebagai analisis konsep-konsep terhadap apa yang harus mesti, tugas, aturan-aturan moral, benar, salah, wajib, tanggungjawab dan lain-lain. *Kedua*, aplikasi kedalam waktu moralitas atau tindakan-tindakan moral. *Ketiga*, aktualisasi kehidupan yang baik secara moral.

Etika atau ethikos atau ethos dalam bahasa Yunani ini dipahami sebagai adat, kebiasaan, atau praktik. Etika berdasarkan definisi ini, menurut Aristoteles mencakup tentang karakter dan kecondongan. Ketika etika dikaitkan dengan perilaku, maka suatu perilaku dikatakan etis jika ada dalam kerangka baik dan benar. Etika bisa bersifat normatif sebagai sistem nilai yang menuntun pengambilan keputusan baik dan buruk, benar dan salah, dan bisa juga berupa meta etika yakni penganalisisan logika perbuatan dalam kaitannya dengan baik dan buruk, benar dan salah tersebut (Bagus, 1996: 217-218).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa etika berasal dari kata etik. Etik diartikan sebagai kumpulan asa atau nilai yang bekenaan dengan akhlak, nilai mengenai benar dan salah yang dianut oleh suatu golongan dan masyarakat. Kemudian etika diartikan sebagai ilmu tentang apa yang baik dan buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak (Sochimim, Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik, 2017: 62).

Etika merupakan studi standar moral yang tujuan eksplisitnya adalah menentukan standar yang benar atau didukung oleh penalaran yang baik. Etika mencoba mencapai kesimpulan moral antara yang benar dan salah serta moral yang baik dan jahat.

Selanjutnya pengertian bisnis, kata “bisnis” berasal dari bahasa Inggris, yaitu “business” yang artinya kesibukan. Dalam konteks sederhananya, yang dimaksud dengan kesibukan adalah melakukan suatu aktivitas atau pekerjaan yang memberikan keuntungan pada seseorang (Karinov, 2018). Bisnis adalah usaha menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh perorangan, sekelompok orang, atau organisasi kepada konsumen (masyarakat) dengan tujuan utamanya adalah untuk memperoleh keuntungan/ laba.

Menurut Hughes dan Kapoor, definisi bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Bisnis menurut pendapat Skinner adalah pertukaran barang atau jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial (Fauzia, 2013: 3).

Kemudian pengertian Islam, Islam merupakan agama tauhid. Agama yang menyatakan bahwa Tuhan yang layak dipertuhankan hanyalah Allah yang satu, yang menjadi awal dan akhir dari segala sesuatu yang ada didunia ini, dan semua yang hidup dan yang mati berada dalam genggamannya dan kekuasaan Allah SWT. Prinsip tauhid ketuhanan ini menjadi dasar ajaran Islam, prinsip tauhid ketuhanan dengan sendirinya melahirkan pandangan tauhid penciptaan karena semua penciptaan yang ada dalam kehidupan ini bersumber dan bermula dari Allah (Asy'ari, 2016: 4-5).

Begitu juga dalam hal bisnis, bisnis dalam Islam haruslah di dasari dengan ajaran agama Islam. Bisnis dalam islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlahnya (kuantitas) kepemilikan hartanya termasuk profitnya, namun

dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram) (Yustanto, Menggagas Bisnis Islami, 2002: 17).

Dari penjelasan diatas tentang “etika”, “bisnis”, dan “Islam”, maka dapat digabungkan makna ketiganya adalah Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah. Mempelajari kualitas moral kebijaksanaan organisasi, konsep umum dan standar untuk perilaku moral dalam bisnis, berperilaku penuh tanggungjawab dan bermoral. Artinya, etika bisnis Islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis, baik itu berdagang, perniagaan ataupun suatu perusahaan (Mahrez, 2017: www.kompasiana.com/amp/riyat/apa-itu-etika-bisnis-islam_).

Etika bisnis juga dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi atau sosial dan penerapan norma dan moralitas menunjang maksud dan tujuan bisnis.

Jadi, etika bisnis islam adalah pengetahuan tentang cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang disesuaikan dengan ajaran agama Islam (Sochimin, Kewirausahaan, 2017: 61). Etika bisnis islam juga didefinisikan sebagai suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan sesuai dengan prinsip etika bisnis dalam Islam dan didasari nilai-nilai ajaran agama Islam.

2. Prinsip Etika Bisnis Islam Syed Heider Naqvi

Prinsip etika bisnis yang dimaksud disini ialah prinsip etika bisnis menurut Syed Nawab Heider Naqvi (Naqvi, 2003: 37), yaitu:

- a. Prinsip Kesatuan (*tauhid*), prinsip yang mendasari segala aktifitas manusia termasuk kegiatan bisnis. Prinsip yang mengatakan bahwa tuhan yang patut disembah atau dipertuhankan ialah hanya Allah yang satu yang menjadikan segala sesuatu yang ada di dunia ini dari awal hingga akhir dan berada dalam genggamannya Allah SWT. Dengan demikian kegiatan bisnis manusia tidak akan lepas dari pengawasan

Tuhan. Sebagai seorang pelaku bisnis, tentunya kita tidak boleh meninggalkan kewajiban kita sebagai makhluk Allah untuk terus beribadah kepadanya. Selalu menjalankan ibadah shalat lima waktu, tidak lupa untuk bersedekah, berpuasa, dan beribadah lainnya. Seperti yang dijelaskan oleh Allah dalam firmanNya Q.S Al- Jumu'ah ayat 10 yang berbunyi “apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya supaya kamu beruntung”.

- b. Prinsip Keseimbangan (*keadilan*), menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal ini disebabkan karena banyak berhubungan dengan manusia. Dalam dunia bisnis prinsip keseimbangan atau keadilan sangat menentukan bagaimana perilaku kebijakan seseorang dan harus diwujudkan oleh seorang pelaku bisnis dalam Islam. Begitu juga bagi seorang pedagang haruslah berperilaku adil kepada pembeli apabila ingin dagangannya disukai oleh banyak orang dan laku di pasaran. Dengan berperilaku adil maka diharapkan agar kita memperoleh ridho dan berkah dari Allah SWT sehingga perdagangan dapat berjalan dengan lancar.
- c. Prinsip Kehendak Bebas (*free will*), kebebasan yang ada dalam diri manusia itu bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanya dimiliki Allah SWT semata. Dalam Islam, kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan dimuka bumi ini. Kehendak bebas yang dimaksud disini adalah seorang pelaku bisnis (seorang pedagang) harus memberikan kebebasan kepada pembeli dalam memilih barang yang dibutuhkannya, tidak memaksa pembeli untuk membeli dan biarkan pembeli melakukan tawar menawar terhadap barang dagangan.

Selain itu saling menghormati dengan sesama pedagang lain, dan tidak seenaknya sendiri menurunkan harga demi menarik pembeli agar dagangannya lebih laku dari pedagang lain.

- d. Prinsip Tanggung jawab (*responsibility*), prinsip tanggung jawab merupakan prinsip yang harus dimiliki oleh setiap manusia dalam melakukan segala hal di dunia ini, termasuk salah satunya sebagai pelaku bisnis. Karena manusia dianjurkan untuk melakukan segala hal sebaik mungkin. Begitu juga dengan seorang pedagang haruslah bertanggungjawab dengan apapun yang yang diucapkannya dan dijanjikan kepada pembeli. Dengan bertanggungjawab pembeli akan merasa senang dan puas dengan hal tersebut, dan percaya bahwa mereka itu dapat dipercaya dan bertanggungjawab, sehingga sangatlah mungkin untuk kembali membeli lagi.
- e. Prinsip Kebajikan (*ihsan*), prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa harus ada aturan yang mewajibkan atau memerintahkan untuk melakukan perbuatan itu, karena Allah senantiasa melihat apa yang kita kerjakan. (Naqvi, 2003: 37). Pada prinsip ini seorang pedagang dianjurkan untuk bersikap ramah kepada pembeli, dan melayani pembeli dengan sepenuh hati. Dengan berperilaku ramah dan pelayanan yang baik maka akan mendatangkan manfaat satu sama lain, pembeli merasa senang dengan keramahan dan pelayanan yang baik sehingga merasa puas, dan pedagang mendapatkan keuntungan dari pembeli tersebut. Terlebih lagi apabila ketika pembeli datang dan ingin membeli barang dalam jumlah yang banyak atau borongan, maka penjual dapat memberikan bonus ataupun diskon (potongan harga) kepada pembeli, ini merupakan bentuk sifat kebajikan seorang pedagang.

Pada dasarnya, etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta perselisihan-perselisihan yang mungkin terjadi yang tidak sesuai dengan Syariah (Qardhawi, 1997: 5). Dalam Islam, Etika bisnis juga berfungsi sebagai pengatur terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan

agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terdzalimi (Muslich, 2004: 29).

Jadi, etika bisnis seorang pelaku pedagang ialah pedagang harus memegang prinsip etika dalam berbisnis yaitu prinsip kesatuan, keseimbangan/ keadilan, kehendak bebas, tanggungjawab dan prinsip kebajikan (Naqvi, 2003: 37). Maka dari itu, prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Seorang pedagang muslim hendaknya berperilaku sesuai dengan yang diajarkan Nabi Muhammad SAW, yaitu berdagang dengan cara yang jujur dan adil, serta berpegang pada prinsip etika bisnis Islam. Seorang pedagang muslim seharusnya berdagang atau berbisnis tidak hanya untuk mencari keuntungan semata, tetapi yang utama adalah untuk mencari keridhaan Allah SWT. Seperti yang dijelaskan oleh Allah dalam surat Al-Jumu'ah ayat 9 yang artinya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan Shalat Jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkan-lah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.

C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dimaksudkan untuk mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Sebelum melakukan penelitian ini penulis mencari referensi-referensi yang terdapat pada penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa orang (peneliti) diantaranya :

1. Penelitian dilakukan oleh Siti Mina Kusnia dengan judul skripsi "Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Ngaliyah Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam", penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif,

dengan cara pengamatan lapangan secara langsung dan wawancara. Berdasarkan penelitian ini peneliti menyatakan: *pertama*, pemahaman pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang mengenai etika bisnis Islam disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam. *Kedua*, perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang telah sesuai dengan etika bisnis islam yang meliputi, tidak melupakan ibadah shalat wajib, bedoa dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati dengan memberi waktu tenggang pembayaran. Namun, sebagian perilaku pedagang ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu lalai dalam menjalankan ibadah shalat wajib ketika melakukan transaksi jual beli, tidak menepati janji, tidak bersikap ramah kepada pembeli dan tidak memberikan waktu tenggang pembayaran.

2. Skripsi yang ditulis oleh Yonna Ifan Falucky dengan judul “Analisis Terhadap Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pasar Tradisional Ngentrong, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung). Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Pengambilan lokasi yang dipilih adalah Pasar Tradisional Ngentrong Tulungagung.

Pengumpulan data yang dilakukan melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang dilakukan secara kualitatif dengan prosedur yaitu melalui proses pengumpulan data, sumber data, analisis data, dan keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa dari delapan unsur perilaku pedagang Pasar Tradisional Ngentrong, yang diantaranya ialah takaran, kualitas produk, keramahan, penepatan janji, pelayanan, empati, persaingan dan pencatatan transaksi ada beberapa

pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Namun disisi lain juga terdapat perilaku pedagang yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

3. Dalam jurnal yang ditulis oleh Darmawati dengan judul “Perilaku Jual Beli Di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-buahan di Pasar Pagi Kota Samarinda), jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif yaitu dengan mengamati dan pengumpulan data serta mengungkapkan suatu masalah atau keadaan sebagaimana adanya sehingga bersifat sekedar untuk mengungkapkan fakta. Metode penelitian ini ditempuh dengan menggunakan langkah-langkah pengumpulan data, klasifikasi, pengolahan/analisis data, membuat kesimpulan dan laporan.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Teknik observasi (pengamatan langsung) untuk mengetahui perilaku pedagang kaki lima yakni pedagang buah-buahan dalam transaksinya. Kemudian teknik wawancara mendalam (interview) terhadap para informan, yaitu para pedagang kaki lima buah-buahan dan para pembeli atau konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian peneliti, maka peneliti dapat mengambil suatu kesimpulan yaitu perilaku pedagang buah di Pasar Pagi Samarinda pada umumnya tidak memenuhi aturan yang diajarkan dalam etika bisnis Islam karena terdapat kecurangan dalam menggunakan timbangan sehingga merugikan konsumen.

4. Dalam artikel yang ditulis oleh Agus Arwani dengan judul “Perilaku Pedagang Di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” menjelaskan bahwa, dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para pedagang di pasar Kedungwuni. Peneliti mendapatkan hasil dari jawaban sepuluh informan yang berkaitan dengan pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam yang meliputi pedagang pakaian, tekstile, buah, sayur dan bumbu dapur, ikan, ayam, sembako, perabot rumah tangga, dan jeans, sebagian besar mengatakan bahwa mereka tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, para

pedagang menjalankan usaha dagang atau jual beli menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam.

Para pedagang di pasar Kedungwuni dalam menjalankan aktifitas bisnis telah memahami barang-barang yang dilarang oleh agama Islam untuk diperjualbelikan. Barang-barang yang diperjualbelikan seperti bahan makanan tidak mengandung unsur haram. Dalam menjalankan aktifitas usaha dagang yang dilakukan para pedagang di pasar Kedungwuni selain untuk memenuhi kebutuhan dan mencari keuntungan mereka juga mencari berkah dari Allah SWT. Sepuluh informan meyakini segala aktifitas transaksi yang dilakukannya diamati oleh Allah SWT. Dengan begitu mereka selalu berhati-hati menjaga perilaku dalam menjalankan perdagangan. Selain itu para pedagang juga senantiasa bersikap jujur, ramah, serta bertanggungjawab dan tidak melalaikan ibadah dalam menjalankan bisnisnya.

5. Dalam jurnal yang ditulis oleh Alwi Musa Muzaiyin dengan judul “Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Loak Jagalan Kediri)” menjelaskan bahwa, dari hasil pengamatan yang telah dilakukan dihasilkan bahwa tidak semua pedagang di pasar loak Jagalan Kediri sesuai dengan etika bisnis Islam, ada beberapa ketidaksesuaian transaksi perdagangan yang terjadi di pasar loak Jagalan ini. Pasar ini dikabarkan sering terjadi transaksi tempat penampungan penjualan barang-barang hasil curian. Meskipun kemungkinan transaksi barang curian tersebut tidak mengena pada seluruh pedagang disana.

Memang benar ada beberapa pedagang yang memang menampung barang hasil curian untuk kemudian dijual kembali dengan harga murah, dan ada pedagang yang kurang menjelaskan kondisi barang yang sesungguhnya. Namun, disisi lain ada juga pedagang yang berlaku jujur dalam mendeskripsikan kondisi barang dagangannya dan pedagang yang terbuka serta transparan terhadap pembeli di dalam jual beli.

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian pedagang memang ada yang melakukan tindakan penyimpangan yang tidak sesuai dengan etika

bisnis Islam yaitu menampung barang curiah yang bersifat haram. Namun, ada juga pedagang yang sudah berlaku jujur dan sesuai dengan etika bisnis Islam.

D. Landasan Teologis

Landasan merupakan alas, dasar atau tumpuan. Dalam hal ini landasan yang dimaksud adalah tumpuan atau dasar yang digunakan menjadi landasan dalam hal mengajar. Logos artinya ilmu, perkataan. Teologis adalah ilmu yang berlandaskan pada firman Allah SW secara Alkitabiah. Jadi, landasan teologis adalah ilmu yang berlandaskan pada firman Allah SWT secara Alkitabiah (Samosir, 2018).

Dalam penelitian ini yang berjudul “ Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)”, mengandung beberapa landasan teologis yang menjelaskan tentang perniagaan/perdagangan dan prinsip serta perilaku seorang pelaku bisnis (perniagaan/perdagangan).

Perniagaan/perdagangan ialah kegiatan jual beli, dimana ada orang yang menawarkan suatu barang dan orang yang membutuhkan/menginginkan suatu barang. Perniagaan atau perdagangan merupakan hal yang dibolehkan dalam Islam. Allah bahkan menunjukkan kepada manusia tentang perdagangan/perniagaan yang memberikan keuntungan yang banyak dan dapat menyelamatkan umat manusia dari azab, Allah berfirman dalam Q.S As-Shaf Ayat 10 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِّنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ (١٠)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?”.

Dalam ayat diatas, Allah memerintahkan kaum muslimin agar melakukan amal saleh dengan mengatakan, “Wahai orang-orang yang beriman

kepada Allah dan rasul-Nya, apakah kamu sekalian mau Aku tunjukkan suatu perniagaan yang bermanfaat dan pasti mendatangkan keuntungan yang berlipat ganda dan keberuntungan yang kekal atau melepaskan kamu dari api neraka.”

Ungkapan diatas memberikan pengertian bahwa amal saleh dengan pahala yang besar, sama hebatnya dengan perniagaan yang tak pernah merugi karena ia akan masuk surga dan selamat dari api neraka.

Dalam ayat diatas juga disebutkan bentuk-bentuk perdagangan yang memberikan keuntungan yang besar itu, yaitu: senantiasa beriman kepada Allah, malaikat-malaikat Allah, kitab-kitab Nya, rasul rasul- Nya, adanya hari kiamat, serta qada dan qadar Allah. Kemudian, dengan mengerjakan amal saleh semata-mata karena Allah bukan karena ria, dan berjihad di jalan Alah, baik jihad dengan jiwa raga ataupun berjihad dengan harta. Yang dimaksud jihad dengan jiwa dan raga ialah berperang melawan musuh-musuh agama yang menginginkan kehancuran agama Islam dan kaum muslimin. Sedangkan berjihad dengan harta yaitu membelanjakan harta benda untuk menegakkan kalimat Allah, seperti untuk biaya perang, mendirikan masjid, rumah ibadah, sekolah, rumah sakit, dan kepentingan umum lainnya. Jadi, ayat tersebut menjelaskan tentang dianjurkannya dan ditunjukkannya perdagangan/perniagaan yang dapat memberikan keuntungan bagi umat manusia dan terhindar dari azab neraka, dengan kata lain Allah telah menunjukkan kepada umat manusia bagaimana seharusnya mereka (manusia) melakukan kegiatan perniagaan/perdagangan sesuai dengan ajaran Islam.

Perdagangan bukan riba yang mengambil keuntungan dengan merugikan orang lain. Perdagangan merupakan salah satu kegiatan yang dapat dilakukan oleh semua manusia, manusia boleh melakukan segala kegiatan apapun termasuk bisnis/perdagangan asalkan mereka tidak melupakan kewajiban mereka sebagai makhluk Allah yaitu beribadah. Untuk itu, ayat yang bersangkutan dengan hal tersebut adalah:

1. Q.S Al - Jumu'ah Ayat 10

" يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ۗ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (٩) فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ " (١٠)

Artinya: “ hai orang-orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum’at, maka bersegeralah kamu pada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa, jika kalian sudah menyelesaikan shalat Jum’at maka menyebarlah kalian di muka bumi untuk mencari rezeki yang halal dan menuntaskan keperluan-keperluan kalian. Carilah karunia Allah dengan kerja yang halal dan keuntungan yang halal. Dan ingatlah kepada Allah saat kalian mencari rezeki yang halal itu dengan zikir yang banyak dan jangan sampai mencari rezeki itu menjadikan kalian lupa terhadap zikir kepada Allah, agar kalian mendapatkan kemenangan dengan apa yang kalian inginkan dan selamat dari apa yang kalian hindari.

Ayat tersebut menjelaskan tentang adanya prinsip kesatuan (ketauhidan) bagi seorang pedagang. Kita diperbolehkan untuk mencari rezeki tetapi tidak dengan meninggalkan kewajiban kita. Serta perintah untuk mencari rezeki yang halal agar kita mendapat keuntungan yang diinginkan dan selamat dari apa yang kita hindari.

2. Q.S An- Nur Ayat 37

" رَجَالٌ لَا تُلْهِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ ۗ يَوْمَ تَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ " (٣٧)

Artinya : “laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan (dari)

mendirikan sembahyang, dan (dari) membayar zakat. Mereka takut pada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang”.

Dalam ayat tersebut Allah menjelaskan bahwa, sebagai seorang pedagang muslim kita tidak boleh sekali-kali untuk meninggalkan kewajiban kita ketika kita menyibukkan diri dari kegiatan perdagangan/jual beli untuk mencari keuntungan semata dan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga, apabila telah datang waktu sholat, mereka harus menghentikan aktifitas bisnisnya begitu juga dengan kewajiban-kewajiban yang lain. Seorang pedagang muslim hendaknya tidak boleh sekali-kali untuk melalaikan kewajiban agamanya demi kepentingan atau kesibukan perdagangannya.

Seorang pedagang yang taat kepada Allah tidak akan pernah meninggalkan kewajibannya sebagai seorang muslim. Pedagang yang memegang teguh Al- Qur'an akan berdagang sesuai dengan kadarnya, apabila diseru untuk menunaikan shalat maka bersegera melakukan ibadah shalat, apabila diseru untuk zakat dan bersedekah, maka segera melaksanakan zakat dan sedekah, dan tidak akan pernah melalaikan kewajibannya hanya demi keuntungan semata. Dan tidak akan melakukan perbuatan menyimpang yang tidak sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.

Selanjutnya, dalam melakukan kegiatan perdagangan kita dianjurkan untuk bersikap adil. Keadilan merupakan hal yang sangat penting baik bagi pedagang maupun pembeli. Seorang pedagang yang adil akan menyempurnakan takaran dalam timbangan dan tidak menguranginya, dengan berlaku adil pedagang akan disukai dan dihormati oleh para pembeli, karena keadilan itu merupakan hal yang lebih utama dan lebih baik akibatnya. Seperti yang dijelaskan Allah SWT dalam Q.S Al – Isra' Ayat 35:

" وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْأَنْصَافِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا " (٣٥)

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

Ayat diatas menjelaskan bahwa, kita diserukan untuk menyempurnakan takaran dalam menakar suatu barang dagangan. Seorang pedagang yang ingin disukai dan dihormati pembeli hendaknya selalu adil dalam menakar barang dagangan. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa menyempurnakan timbangan merupakan hal yang lebih utama dan lebih baik bagi para pedagang. Apabila telah menyempurnakan takaran dalam menakar barang dagangan, maka prinsip keadilan akan terpenuhi. Keadilan merupakan hal yang sangat penting bagi pedagang, dengan berlaku adil pembeli akan merasa puas dan senang dan tidak merasa kecewa karena diperlakukan berbeda. Keadilan merupakan hal yang harus dilakukan oleh para pedagang dalam menjalankan bisnisnya, sehingga hak seorang pembeli menjadi terpenuhi.

Pedagang adalah sebagai penyalur barang dan jasa-jasa kepada konsumen. Islam telah menjelaskan bagaimana seharusnya perilaku pedagang dalam berniaga (berdagang) dan peringatan kepada mereka yang melakukan tindakan penyimpangan atau kecurangan. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Mutaffifin ayat 1-6, sebagai berikut:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ (١) الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (٢) وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْزَنُواهُمْ يُخْسِرُونَ (٣) أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ (٤) لِيَوْمٍ عَظِيمٍ (٥) يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ (٦)

Artinya: "Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidakkah orang-orang itu menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?."

Yang dimaksud dengan orang-orang dalam ayat diatas ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang, dengan menambah bila minta timbangan dari orang lain yang artinya yaitu mereka mengambil hak mereka dengan sempurna dan tambahannya, atau bisa juga dengan mengurangi bila memberikan timbangan kepada orang lain. Padahal sesungguhnya Allah ta'ala telah memerintahkan agar menimbang dan menakar dengan sempurna dalam Q.S Al-Isra' Ayat: 35 yang telah dijelaskan sebelumnya. Itulah sebabnya Allah ta'ala menjelaskan bahwa orang-orang yang curang akan ditimpa *wail*, yaitu kerugian dan kebinasaan.

Selanjutnya Allah SWT.berfirman seraya memberi ancaman kepada mereka “Tidakkah orang-orang itu yakin bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan, pada suatu hari yang besar.” Yakni, apakah orang-orang seperti itu tidak takut akan hari kebangkitan dan berdiri di hadapan Zat Yang Maha Mengetahui rahasia dan bisikan hati pada hari yang sangat mengerikan, banyak hal menakutkan, dan semua permasalahan menjadi terang. Dan, orang yang malang di hari itu akan masuk neraka yang panas.

Pada ayat ke 6 surat diatas, Allah berfirman, “Hari manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam,” yaitu tidak beralas kaki, tidak berbaju, dan tidak disunat dalam suasana yang menyulitkan, sukar dan sempit. Demikianlah, orang yang suka berbuat dosa akan dikelilingi oleh sesuatu yang dapat melemahkan kekuatan dan indra karena perintah-Nya.

Dari ayat tersebut dapat kita simpulkan bahwa salah satu yang dilarang dalam berdagang itu adalah curang dalam menimbang atau menakar, dan Allah telah memperingatkan umat manusia dengan ancaman yang sangat mengerikan pada suatu hari yang besar dan menghadap Tuhan semesta alam.

Kemudian, prinsip lain yang harus ditekankan bagi seorang pedagang muslim ialah prinsip tanggungjawab. Tanggungjawab merupakan suatu hal yang seharusnya dilakukan setiap orang dalam

aktifitas apapun salah satunya dalam kegiatan berdagang. Manusia adalah makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Artinya, manusia memiliki amanah dan tanggungjawab terhadap sesama manusia dan memiliki kewajiban yang harus ditunaikan sebagai konsekuensi dirinya sebagai bagian dari masyarakat dimana dia hidup. Amanah disini berarti bahwa setiap individu pasti memiliki tugas, kewajiban dan tanggung jawab yang harus diselesaikan sendiri. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Mu'minun Ayat 8 yang berbunyi:

" وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ " (A)

Artinya: "Dan (sungguh beruntung) orang yang memelihara amanat-amanat dan janjinya."

Berdasarkan ayat tersebut diatas, menjelaskan bahwa sifat amanah itu melekat pada setiap individu, setiap manusia sebagai muakallaf dalam kapasitasnya sebagai hamba Allah, individu dan makhluk sosial. Dengan bersikap amanah sudah dapat dipastikan seseorang itu jujur dan bertanggungjawab. Dengan begitu seorang pedagang tentunya harus memiliki sifat amanah dan bertanggungjawab terhadap apa yang dilakukannya. Amanah terhadap titipan orang lain, bertanggungjawab dengan barang dagangannya dan segala ucapannya kepada pembeli. Dengan berperilaku amanah dan tanggungjawab, seorang pedagang bisa membuktikan bahwa dirinya baik dan dapat dipercaya. Ayat diatas menjelaskan adanya prinsip tanggungjawab bagi setiap manusia terutama sebagai seorang pelaku bisnis ataupun pedagang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan proses pemecahan masalah dengan melakukan suatu pendekatan dengan metode ilmiah untuk menyelesaikan permasalahan yang ada secara sistematis. Menurut Fellin, Tripodi dan Meyer (1996), penelitian merupakan suatu cara yang sistematis yang bertujuan meningkatkan, memodifikasi dan mengembangkan pengetahuan sehingga dapat disampaikan atau dikomunikasikan serta diuji oleh peneliti lain. Jenis penelitian adalah cara/metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian. Secara umum jenis penelitian dibagi menjadi dua yaitu penelitian Kuantitatif dan penelitian Kualitatif (Hamdan, 2019).

Berdasarkan pada jenis permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan pola penelitian studi kasus. Secara teknis studi kasus adalah suatu penelitian yang mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat (Arikunto, 2002: 14). Studi kasus juga dikenal sebagai studi yang bersifat komprehensif, intens, rinci, dan mendalam serta lebih diarahkan sebagai upaya menelaah masalah-masalah atau fenomena yang bersifat kontemporer atau kekinian.

Untuk metode yang digunakan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, merupakan suatu metode penelitian yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap suatu permasalahan tertentu yang dijelaskan secara deskriptif dan menggunakan analisa yang terperinci. Jenis penelitian yang digunakan peneliti ialah penelitian lapangan yang dilakukan di medan terjadinya gejala atau adanya permasalahan. Dimana peneliti akan mengumpulkan data dengan melakukan studi mendalam terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan gambaran yang lengkap dan terorganisasikan mengenai subjek. Data yang dimaksud berupa hasil wawancara, penelitian

yang dilakukan di lapangan secara langsung, dokumen tertentu, dan catatan lainnya.

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu metode penelitian untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas sosial itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu (Burhan, 2011: 68).

Lokasi penelitian yang diambil dalam penelitian ini ialah pasar tradisional Cinangsi, kecamatan Gandrungmangu, kabupaten Cilacap. Alasan saya mengambil pasar tradisional Cinangsi adalah karena salah satu pasar tradisional tertua (berdasarkan hasil wawancara dengan kepala desa Cinangsi bapak Danis Husaini Dahlan), karena sudah ada sejak zaman sebelum pendudukan Jepang dan masih aktif beroperasi di daerah Gandrungmangu dengan jadwal operasi setiap hari Selasa dan Jum'at dari pagi hingga siang hari. Menurut beliau, pasar Cinangsi ini sudah berdiri sejak sebelum kemerdekaan republik Indonesia. Bahkan, pada tahun 1952 pasar ini sempat dibakar oleh beberapa oknum yang tidak bertanggungjawab, namun masih bisa dimanfaatkan. Seiring berjalannya waktu, pasar ini terus mengalami perkembangan hingga sampai pada saat ini. Selain itu, alasan lainnya adalah belum ada penelitian yang meneliti tentang perilaku pedagang di pasar tradisional Cinangsi sehingga saya ingin melakukan penelitian di pasar Cinangsi ini.

Waktu Penelitian pada penelitian ini dilakukan pada tanggal 29 Mei – 17 Juli 2020.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan suatu yang melekat pada variabel dan yang menjadi sentral permasalahan. Subjek pada penelitian ini adalah Pedagang Pasar Tradisional Cinangsi, yang berjumlah kurang lebih sekitar 305 orang. Terdiri dari berbagai jenis pedagang, diantaranya adalah pedagang

buah-buahan, sayuran, pakaian, makanan ringan, bumbu dapur, pedagang ikan, daging, mainan, sembako, peralatan rumah tangga, sepatu dan sandal dan lain sebagainya. Sedangkan yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah para pedagang sayuran, bumbu dapur serta pedagang sembako atau kelontong. Untuk jumlah sampel yang akan peneliti ambil kurang lebih sekitar 20 pedagang.

Dengan jumlah pedagang yang sudah diketahui diatas, maka teknik yang akan peneliti gunakan ialah teknik sampling dalam penelitian kualitatif. Teknik sampling ini merujuk pada teknik simple random sampling. Teknik simple random sampling ialah cara pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan adanya strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut. Dari keseluruhan jumlah pedagang yang sudah disebutkan sebelumnya, peneliti mengambil sampel sekitar 20 orang dengan berdasarkan pada Teknik simple random sampling (acak). Peneliti mengambil sampel secara acak tanpa memperhatikan adanya tingkatan dalam populasi tersebut. Setelah megambil sekitar 20 sampel dari populasi yang ada, peneliti mendapatkan hasil bahwa dengan 20 sampel tersebut data yang peneliti perlukan sudah cukup dan terpenuhi, sehingga peneliti hanya mengambil sampel dengan jumlah tersebut. Menurut peneliti, data yang didapatkan dari 20 sampel tersebut hampir mencakup sebagian besar data tentang para pedagang di pasar Cinangsi yang diperlukan oleh peneliti. Beberapa sampel (Narasumber) memberikan cukup banyak informasi/data kepada peneliti mengenai perilaku-perilaku para pedagang di pasar Cinangsi ini, sehingga peneliti merasa sudah cukup dengan 20 sampel tersebut.

Sedangkan untuk objek pada penelitian ini adalah Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Cinangsi Gandrungmangu Cilacap.

C. Sumber Data

Menurut Arikunto, yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah sumber dari mana data yang diperoleh (Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, 2002: 129). Menurut Lofland (1984:47)

sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lainnya (Moleong, 2011: 157). Yang dimaksud sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dimana data diperoleh. Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu:

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian (Purhantara, 2010: 79). Dalam hal ini peneliti turun ke lapangan dengan melakukan wawancara ke beberapa narasumber.

Untuk data primer, peneliti akan melakukan pengamatan dan wawancara ke beberapa pedagang (narasumber) di pasar Cinangsi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, dan yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah para pedagang sayur-mayur, bumbu dapur dan sembako atau kelontong.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini (Purhantara, 2010: 79).

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau dari sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder ini biasanya berasal dari dokumen, buku-buku dan jurnal serta penelitian terdahulu.

Untuk data sekunder ini, peneliti memperoleh data atau informasi dari beberapa dokumen yang berkaitan dengan perilaku, pedagang, pasar

tradisional, dan etika bisnis Islam baik dari buku, jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu. Dokumen yang peneliti dapatkan dalam penelitian ini ialah buku, dan e-book, baik tentang perilaku pedagang dan etika bisnis dalam Islam, kemudian penelitian-penelitian terdahulu seperti jurnal, artikel ataupun skripsi (dalam bentuk file) yang berkaitan dengan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena itu seorang peneliti harus terampil dalam mengumpulkan data agar mendapatkan data yang valid. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Oleh karena itu, tahap pengumpulan data tidak boleh salah dan harus dilakukan dengan cermat sesuai prosedur dan ciri-ciri penelitian kualitatif (Sujarweni, 2015: 30).

Dalam suatu survey penelitian, tidaklah harus diteliti semua individu yang ada dalam populasi objek tersebut. Dalam hal ini hanya diperlukan sampel atau contoh sebagai representasi objek penelitian. Oleh karena itu, persoalan penting dalam pengumpulan data yang harus diperhatikan adalah bagaimana dapat dipastikan atau diyakini bahwa sampel yang ditetapkan adalah representatif (Bungin, 2011: 77).

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Observasi ini banyak digunakan dalam penelitian sebagai alat ukur tingkah laku atau proses terjadinya suatu kegiatan yang sedang diamati.

Menurut Nasution observasi adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu

fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil maupun sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas (Sugiyono, 2009: 64).

Dalam hal ini, sebagaimana penelitian kualitatif, peneliti bertindak sekaligus sebagai instrumen pengumpulan data sehingga dengan demikian peneliti dapat menyaksikan secara langsung keadaan yang sebenarnya di lapangan. Jadi, peneliti melakukan observasi dengan terjun langsung mengunjungi pasar Cinangsi untuk melihat seperti apa dan bagaimana setiap aktifitas atau perilaku yang dilakukan para pedagang pasar tradisional Cinangsi dalam menjalankan kegiatan perdagangan atau jual beli. Selain itu peneliti juga mengamati bagaimana perilaku mereka dalam menghadapi persaingan antar sesama pelaku bisnis dengan masih adanya pelaku atau pedagang yang melakukan tindakan penyimpangan dan dapat menimbulkan adanya distorsi pasar dan merusak mekanisme pasar dalam Islam.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana, 2006: 180).

Wawancara adalah Teknik pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan dengan tujuan penyelidikan. Wawancara terdiri dari dua macam, yakni wawancara terstruktur yang merupakan wawancara dengan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, dan wawancara tidak terstruktur ialah wawancara dengan pertanyaan yang timbul secara tidak ketat/tersusun, atau lebih terdapat sebelumnya. Dalam Teknik wawancara ini, peneliti menggunakan sistem interview yang bebas dan terkontrol. Peneliti menggunakan sistem ini agar wawancara lebih mudah dan komunikatif, tetapi pembicaraan terkontrol sehingga data-data yang diperoleh akan terjamin validitasnya.

Wawancara dalam penelitian kualitatif sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi-informasi secara jelas dari informan. Wawancara mendalam ialah temu muka berulang antara peneliti dan subjek penelitian, dalam rangka memahami pandangan subjek penelitian mengenai hidupnya, pengalamannya, ataupun situasi sosial sebagaimana diungkapkan dalam bahasanya sendiri (Pawito, 2007: 133). Wawancara mendalam bersifat luwes, terbuka, tidak terstruktur, dan tidak baku. Intinya adalah pertemuan berulang kali secara langsung antara peneliti dan subjek penelitian.

Berdasarkan substansinya, wawancara mendalam dibedakan menjadi tiga jenis sebagai berikut:

- a. Wawancara untuk menggali riwayat hidup sosiologis. Riwayat hidup menyajikan pandangan orang mengenai kehidupannya dalam bahasanya sendiri. Peneliti berupaya mengungkap pengalaman penting dalam kehidupan seseorang menurut definisi orang tersebut.
- b. Wawancara untuk mempelajari kejadian dan kegiatan, yang tidak dapat diamati secara langsung. Orang yang diwawancarai ialah responden atau informan yang hidup di lingkungan sosial yang diteliti. Mereka bertindak sebagai “pengamat” bagi peneliti, mata dan telinganya di lapangan. Responden atau informan tidak saja mengungkapkan pandangannya, tetapi juga menjelaskan apa yang terjadi dan bagaimana orang lain memandang.
- c. Wawancara untuk menghasilkan gambaran luas mengenai sejumlah ajang, situasi atau orang. Wawancara lebih tepat untuk mempelajari sejumlah besar orang dalam waktu relatif singkat dibandingkan pengamatan berpartisipasi.

Dari segi jumlah orang yang diwawancarai, wawancara mendalam dibedakan menjadi dua jenis, yaitu wawancara perorangan dan wawancara kelompok. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara perorangan. Pada awalnya peneliti melakukan wawancara terstruktur dengan menyiapkan pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber.

Namun, berlanjut dengan wawancara tidak terstruktur, agar wawancara lebih mudah dan komunikatif. Selain itu, dengan wawancara tidak terstruktur lebih memudahkan untuk lebih dekat dengan narasumber dengan pembicaraan yang bebas dan terkontrol, namun tetap terjamin validitasnya.

Selain itu, peneliti menggunakan jenis wawancara mendalam untuk mempelajari kejadian dan kegiatan, yang tidak dapat diamati secara langsung. Orang yang diwawancarai ialah responden atau informan yang hidup di lingkungan sosial yang diteliti yaitu para pedagang di pasar Cinangsi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik yang digunakan untuk mencari data atau pengumpulan data mengenai catatan peristiwa yang telah berlalu berupa catatan, buku, surat kabar, notulen, dokumen-dokumen dan lain sebagainya. Dokumen tersebut dapat berbentuk data ataupun gambar.

Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/ dapat dipercaya kalau didukung oleh sejarah pribadi kehidupan dimasa kecil, di sekolah, di tempat kerja, di masyarakat, dan biografi. Hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada (Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, 2009: 82-83).

E. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah sebuah cara yang digunakan peneliti dalam mencari data dan menyusunnya secara terorganisir agar memperoleh hasil yang mudah untuk dipahami dan dicerna oleh pembaca lain.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan ke dalam kategori, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri

sendiri maupun orang lain (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2016: 244).

Menurut Mujiraharjo analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya, sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab.

Menurut Miles dan Faisal dalam buku Sujarweni analisis data dilakukan selama pengumpulan data dilapangan dan setelah semua data terkumpul dengan teknik analisis model interaktif (Sujarweni, Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi, 2015: 33-34).

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data terdapat tiga langkah, yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mudah mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D , 2016: 247).

Dalam penelitian ini setelah penulis memperoleh data yang berasal dari berbagai sumber dan masih belum teratur, maka selanjutnya penulis akan memilih data yang hanya dibutuhkan sesuai dengan fokus penelitian. Setelah data direduksi, penulis akan lebih mudah dan jelas dalam melakukan proses penelitian dan mengumpulkan data selanjutnya.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman, mengatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2016: 249).

Pada penelitian ini, penulis fokus dalam penyajian data dengan teks yang bersifat naratif. Dengan melakukan penyajian data, tentu akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, kemudian merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion/Verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2016: 252).

Setelah melakukan reduksi dan penyajian data, langkah terakhir dalam aktivitas penelitian ini, penulis akan menarik kesimpulan berupa bagaimana perilaku pedagang pasar Cinangsi dalam perspektif etika bisnis Islam.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Tradisional Cinangsi

1. Kondisi Pasar Tradisional Cinangsi

Pasar tradisional Cinangsi ini merupakan salah satu pasar tertua di daerah Gandrungmangu. Pasar ini sudah ada sejak zaman sebelum pendudukan Jepang, sehingga usianya sudah hampir satu abad. Oleh karena itu, pasar ini sangat penting bagi masyarakat sekitar yang menggantungkan hidupnya pada adanya pasar ini. Pasar Cinangsi ini sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sekitar baik itu sebagai pedagang, pembeli atau pekerja panggul. Pasar ini sudah banyak mengalami perubahan, baik itu dalam hal perdagangan barang nya, jumlah penjualnya dan bangunannya. Perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu inilah yang menjadikan pasar Cinangsi mengalami kemajuan seperti sekarang ini. Setidaknya ada 6 desa yang bergantung pada adanya pasar tradisional Cinangsi ini.

Dahulu pedagang di pasar ini kebanyakan merupakan para petani yang menjual hasil ladangnya ke masyarakat sekitar. Namun, seiring berjalannya waktu mereka mulai menyadari bahwa pasar bukan hanya tempat untuk menjual hasil ladang mereka saja, tetapi bisa juga untuk mendapatkan penghasilan dan keuntungan. Hingga pada akhirnya pasar ini berkembang menjadi seperti sekarang, dengan banyak penjual dan pembeli yang bergantung pada adanya pasar ini.

Pasar Cinangsi ini terletak di jalan raya antar kecamatan yaitu jalan Sidareja-Karangpucung, desa Cinangsi, RT/03 RW/01 kecamatan Gandrungmangu kabupaten Cilacap. Pengelolaannya berada dibawah pemerintah desa Cinangsi, dibawah pimpinan bapak Danis Husaini Dahlan selaku kepala desa Cinangsi.

Pasar Cinangsi hanya buka setiap dua kali dalam seminggu, yaitu pada hari Selasa dan Jum'at dari pagi hari sampai siang hari. Berbeda

dengan pasar pada umumnya yang buka setiap hari, asal muasal sejarah kenapa hanya buka pada hari Selasa dan Jum'at saja banyak yang tidak mengetahuinya. Ada yang berpendapat bahwa pada zaman dahulu orang Jawa percaya di hari Selasa dan Jum'at itu merupakan hari yang baik untuk melakukan kegiatan, salah satunya yaitu berdagang. Namun, hal ini tidak dapat dipastikan kebenarannya, sehingga tidak dapat dipercaya sepenuhnya, dan mereka para pedagang hanya mengikuti apa yang dilakukan orang-orang zaman dahulu dan tidak berniat untuk mengubahnya.

2. Letak Geografis Pasar Tradisional Cinangsi

Pasar tradisional Cinangsi terletak di pusat desa Cinangsi, dan terletak di jalan raya antar kecamatan yaitu jalan raya Sidareja-Karangpucung, RT/03 RW/01, kecamatan Gandrungmangu, kabupaten Cilacap. Pasar ini berada persis di pinggir jalan raya antar kecamatan yang menghubungkan kecamatan Sidareja dengan kecamatan Karangpucung. Karena letaknya yang strategis, menjadikan pasar ini mudah ditemukan dan dijangkau oleh banyak masyarakat. Selain itu, pasar ini terletak di kawasan padat penduduk, sehingga walaupun pada saat pasar tutup kawasan ini masih cukup ramai dengan penduduk sekitar yang berjualan di pinggir jalan ataupun membuka warung atau toko disekitar pasar Cinangsi.

Pasar ini juga dekat dengan kantor pemerintah desa Cinangsi, jaraknya kurang lebih hanya sekitar 150 meter. Selain itu, dekat dengan lapangan desa Cinangsi dan dekat dengan Masjid Al- Hidayah dan Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al- Hidayah Cinangsi.

Luas wilayah desa Cinangsi yaitu 7.895 m², dengan batas wilayah meliputi:

- a. Sebelah Utara : Desa Karanggintung
- b. Sebelah Timur : Desa Cingebul
- c. Sebelah Selatan : Desa Kertajaya
- d. Sebelah Barat : Desa Karanganyar

Desa Cinangsi ini terdiri dari 4 dusun, 7 RW, dan 43 RT. Dengan jumlah penduduknya sekitar 8.038 jiwa, terdiri dari 4.090 laki-laki dan 3.948 perempuan.

3. Jumlah dan Jenis Pedagang

Untuk jumlah pedagang di pasar tradisional Cinangsi berjumlah kurang lebih sekitar 305 pedagang, dengan 50% berasal dari desa Cinangsi dan 50% lainnya berasal dari desa lain baik dari kecamatan Gandrungmangu maupun kecamatan lain didekatnya seperti kecamatan Karangpucung dan Sidareja. Dari jumlah yang telah dijelaskan diatas, sebagian besarnya merupakan pedagang sayuran dan bumbu dapur serta kebutuhan pokok lainnya. Sebagian lainnya merupakan pedagang lain seperti pakaian, peralatan rumah tangga, mainan, makanan ringan, dan lain sebagainya. Seperti dalam tabel berikut ini:

No	Jenis Pedagang	Jumlah
1.	Pedagang Buah	35 Orang
2	Pedagang Sayur Mayur dan Bumbu Dapur	47 Orang
3.	Pedagang Sayur	70 Orang
4.	Pedagang Sembako	7 Orang
5.	Pedagang Makanan Ringan	15 Orang
6.	Pedagang Ikan	25 Orang
7.	Pedagang Mainan	6 Orang
8.	Pedagang Jam	2 Orang
9.	Pedagang Peralatan Rumah Tangga	4 Orang
10.	Pedagang Sepatu dan Sandal	10 Orang
11.	Pedagang Emas	2 Orang
12.	Pedagang Tahu	4 Orang
13.	Pedagang Tempe	5 Orang
14.	Pedagang Pakaian	30 Orang
15.	Pedagang Jajanan Tradisional	12 Orang
16.	Pedagang Ayam	20 Orang
17.	Pedagang Daging	5 Orang
18.	Pedagang Es	3 Orang
19.	Pedagang Bakso	3 Orang

Table 1.3: Sumber dari Data Pasar Tradisional Cinangsi

4. Sarana dan Prasarana

Selanjutnya untuk sarana dan prasarana dalam pasar Cinangsi ini terdiri dari bangunan yang bersifat permanen dan semi permanen. Untuk jenis tempat berdagang terdiri dari kios, los dan bangunan milik pribadi. Kios merupakan bangunan beratap yang dilengkapi dengan dinding penyekat/pemisah mulai dari lantai sampai langit-langit dan dilengkapi dengan pintu serta bersifat tetap atau permanen. Sedangkan los merupakan bangunan yang memanjang, dilengkapi atap namun biasanya tidak dilengkapi dinding dan penyekat. Los dibagi kedalam banyak petak dan masing-masing petak dihuni/digunakan oleh pedagang. Di pasar ini terdiri dari 20 kios dan 230 los (kurang lebih), selebihnya pedagang yang membuat tempat sendiri di pinggiran kios atau los bahkan jalan untuk berjualan.

Selain tempat untuk berdagang, ada juga lahan untuk parkir baik untuk para pedagang ataupun untuk para pembeli. Setidaknya ada 3 lahan/tempat parkir yang tersedia di pasar Cinangsi dan terletak di pinggir jalan.

5. Daftar Pedagang sebagai Informan atau Narasumber

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada pedagang sayuran, bumbu dapur dan sembako. Dari 20 pedagang, peneliti mengambil 10 informan yang mewakili 20 pedagang sayuran, bumbu dapur dan sembako di pasar Cinangsi. Diantaranya ialah sebagai berikut:

No	Nama Pedagang	Jenis Dagangan	Jenis Kelamin
1.	Ibu Nasiah	Sayur mayur	Perempuan
2.	Ibu Rusti	Sayuran dan bumbu dapur	Perempuan
3.	Ibu Muryati	Sayur mayur	Perempuan
4.	Ibu Sumirah	Sembako	Perempuan
5.	Ibu Aziz	Sayuran dan bumbu dapur	Perempuan
6.	Pak Tomi	Daging ayam	Laki-laki
7.	Pak Sakun	Sembako	Laki-laki
8.	Ibu Rosiah	Sembako dan sayur mayur	Perempuan
9.	Ibu Satini	Sayuran dan bumbu dapur	Perempuan
10.	Ibu Rasini	Sayur mayur	Perempuan

Table 2.3 Daftar Informan Pedagang

B. Perilaku Pedagang Pasar Cinangsi

Setelah melakukan pengamatan langsung dan wawancara dengan beberapa informan di pasar Cinangsi, hasil dari penelitian ini ialah sebagian besar para pedagang di pasar ini tidak tahu dan tidak paham akan etika bisnis Islam, hampir semua pedagang tidak tahu apa itu etika bisnis Islam. Seperti yang dikatakan oleh ibu Rasini seorang pedagang sayur mayur, yaitu:

“saya ya gatau mba apa itu etika bisnis Islam, saya ini dulu ga sekolah jadi ya gak paham.” (Rasini, 2020).

Begitu juga dengan ibu Nasiah, beliau mengatakan:

“tidak tahu mba, saya ini orang bodoh nggak tahu yang gitu-gitu. Wong dulunya nggak sekolah ya tidak pernah tahu apa itu etika bisnis Islam” (Nasiah, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Ibu Satini, ibu Rusti, dan ibu Aziz, mereka semua adalah pedagang sayur mayur dan bumbu-bumbu dapur. Mereka juga mengatakan bahwa mereka tidak tahu sama sekali dengan etika bisnis Islam, mereka hanya berdagang dengan pengetahuan mereka sendiri yang didapat secara turun temurun dari keluarga mereka. Tetapi dalam melakukan kegiatan berdagang mereka sesuai dengan ajaran agama Islam, mereka mengatakan bahwa mereka berjualan dengan cara yang halal dan tidak pernah menjual barang yang haram. Meskipun mereka tidak paham akan etika bisnis Islam, tetapi mereka tidak melakukan perilaku yang menyimpang dari ajaran agama Islam. Seperti yang dikatakan oleh bu Aziz, yaitu:

“saya berdagang sudah hampir 30 tahun mba disini, saya paham rata-rata para pedagang disini itu memang tidak tahu apa itu etika bisnis Islam, ya karena pedagang disini banyak yang ga sekolah mba dulunya namanya juga orang desa, yang kita tahu disini ya kita berdagang untuk mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Namun, sebagai seorang muslim, saya pribadi tidak pernah melakukan hal-hal yang diharamkan dalam Islam mba.” (Aziz, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Ibu Satini mengatakan:

“saya pribadi nggak tahu mba apa itu etika bisnis Islam, tapi saya tahu bagaimana cara berdagang yang benar sesuai dengan agama saya agama Islam, saya tidak pernah menjual barang-barang yang haram.” (Satini, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Dan juga seperti yang dikatakan oleh ibu Muryati yaitu:

“saya berdagang karena dulu orang tua saya juga berdagang mba, jadi saya berdagang hanya sesuai yang diajarkan oleh orang tua saya. Jadi ya nggak paham tentang etika bisnis Islam, wong dulu saya sekolah SD saja nggak sampe lulus mba.” Begitulah yang dikatakan oleh ibu Muryati, seorang pedagang sayur mayur dan sudah lama melakukan kegiatan berdagang (Muryati, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Dari penjelasan beberapa informan diatas dan keterangan informan lainnya juga mengatakan bahwa mereka tidak tahu etika bisnis dalam Islam. Jadi dapat disimpulkan bahwa para pedagang di pasar Cinangsi ini tidak tahu tentang etika bisnis Islam. Hal ini disebabkan karena rendahnya tingkat pendidikan para pedagang. Kebanyakan dari mereka berdagang hanya sesuai dengan pengetahuan mereka sendiri yang tidak semuanya berdasarkan etika bisnis Islam, dan berdagang hanya untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Namun, dalam melaksanakan kegiatannya mereka berdasarkan ajaran agama Islam.

Aspek-Aspek Perilaku Pedagang di Pasar Cinangsi

Setiap orang pasti memiliki perilaku yang berbeda-beda tergantung dari sifat/watak dan keadaan lingkungan seseorang. Begitu juga dengan para pedagang pasar, mereka pasti memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan perdagangan. Apakah sesuai dengan etika bisnis dalam Islam atau malah menyimpang dari etika bisnis Islam.

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di pasar tradisional Cinangsi ini, ada 6 aspek yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang yang diantaranya adalah dalam hal takaran/timbangan, kualitas produk, keramahan, pelayanan, penepatan janji, dan persaingan sesama bisnis, berikut perilaku yang sering dilakukan oleh para pedagang di pasar Cinangsi, yaitu:

1. Takaran/ Timbangan

Dalam hal takaran atau timbangan tentunya setiap pedagang memiliki sikap atau perilaku yang berbeda-beda, tergantung dari sifat dan lingkungan sekitar setiap orang. Takaran atau timbangan merupakan hal yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan. Menyempurnakan

takaran atau timbangan merupakan hal yang wajib dilakukan oleh setiap individu, terutama seorang pedagang. Allah SWT telah memerintahkan manusia untuk selalu menyempurnakan timbangan secara adil dalam QS Al-An'am ayat 152 yang berbunyi:

“Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran serta timbangan secara adil. Kami tidak akan memikulkan beban sesuai dengan kemampuannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabatmu, dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat”.

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan pedagang pasar Cinangsi, peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

Ibu Rusti, seorang pedagang sayuran dan bumbu dapur mengatakan:

“Saya kalau nimbang ya sesuai takaran atau timbangan mba, kan sudah ada ukurannya. Nggak berani saya kalo ngurangi timbangan, selain itu kan pembeli pasti tahu kalau saya salah menimbang wong nimbangnya didepan pembeli. Dari pada mengurangi timbangan, mending harga sedikit naik karena kalo harga itu kan sementara, kadang-kadang naik kadang-kadang turun, jadi sama-sama enak mba tidak merugikan pelanggan dan saya pun tidak rugi.” (Rusti, 2020).

Seperti yang telah dikatakan oleh ibu Rusti, hal yang sama juga dilakukan oleh ibu Nasiah, ibu Muryati, dan ibu Sumirah berikut ini:

Ibu Nasiah mengatakan:

“nakar dagangan ya sesuai takaran mba, tidak mengurangi dan tidak melebihkan.” (Nasiah, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Ibu Muryati mengatakan:

“kan sudah ada timbangan mba, menimbang dagangan ya sesuai dengan timbangan yang ada. Saya seringnya malah melebihkan sedikit, kan kalau sayur mayur itu kalo ditimbang ga mesti pas, kaya misalnya sayur kobis itu kan beda-beda jadi dari pada susah ya mending dilebihkan aja nggak papa mba.” (Muryati, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Begitu juga dengan ibu Sumirah seorang pedagang sembako atau kelontong yang juga menjual sayuran, beliau juga melakukan hal yang

sama dengan ibu Muryati. Mereka beranggapan bahwa melakukan hal baik pasti akan menghasilkan perlakuan yang baik pula nantinya.

Ibu Sumirah mengatakan:

“saya apabila menakar barang dagangan menggunakan timbangan yang sesuai, saya tidak pernah menguranginya, nggak berani saya mba. Terutama kalau nimbang beras dan telur, dua hal ini merupakan kebutuhan pokok masyarakat sekarang ini.” (Sumirah, 2020).

Informan lainnya juga mengatakan bahwa mereka selalu berusaha menakar dagangan sesuai ukurannya. Meskipun pastinya ada beberapa pedagang yang terkadang menyimpang dengan mengurangi timbangan, namun dapat dipastikan bahwa sebagian besar pedagang di pasar Cinangsi sudah sesuai dalam menimbang. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar para pedagang di pasar Cinangsi tidak melakukan penyimpangan dalam hal takaran atau timbangan. Mereka selalu menakar dagangan sesuai dengan porsinya, dan tidak menyimpang dari etika bisnis Islam.

2. Kualitas Produk

Kualitas barang atau produk merupakan tingkat baik buruknya suatu produk. Kualitas produk merupakan atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Dari hasil pengamatan yang telah peneliti lakukan, peneliti memperoleh fakta bahwa tujuh pedagang di pasar Cinangsi ini sangat memperhatikan akan kualitas produk yang mereka jual. Mereka berpendapat bahwa kualitas suatu barang atau produk merupakan hal yang utama bagi para pembeli. Dengan barang berkualitas baik, maka akan memuaskan para pembeli, sehingga memungkinkan pembeli untuk kembali lagi. Namun, disisi lain masih ada tiga pedagang yang tidak terlalu mementingkan kualitas dagangan yang mereka jual dan terkadang

mencampurkan barang kualitas baik dengan yang buruk. Karena meskipun dengan kualitas yang kurang baik pun masih ada pembeli yang membeli dagangan tersebut. Hal ini dikarenakan masih ada pembeli yang juga menghiraukan kualitas produk dan memilih produk yang lebih murah meskipun dengan kualitas yang kurang baik.

Ibu Aziz mengatakan bahwa:

“untuk kualitas barang atau produk tentunya saya selalu mengusahakan yang terbaik, kan kalau barang bagus pelanggan senang dan puas, sehingga besoknya pasti datang lagi.” (Aziz, 2020).

Tidak hanya bu Aziz yang berpendapat seperti itu, begitu juga dengan pak Tomi seorang pedagang daging/ayam potong mengatakan bahwa kualitas produk dagangan sangatlah penting karena mempengaruhi tingkat penjualan. Beliau mengatakan:

“kualitas produk itu yang paling utama dicari oleh pembeli setelah harga. Kebanyakan pembeli lebih suka memilih daging dengan kualitas biasa dan harga relatif rendah. Akan tetapi, selalu ada saja yang memilih daging dengan kualitas terbaik walaupun harganya sedikit mahal. Jadi ya saya lebih mengutamakan yang berkualitas baik si mba, karena saya percaya kalo rezeki itu ngga kemana.” (Tomi, 2020).

Begitu juga dengan yang dikatakan oleh pak Sakun sebagai pedagang sembako atau kelontong, beliau mengatakan:

“kalau masalah kualitas barang si saya selalu jelaskan kepada pembeli mba, misal ini beras dengan kualitas terbaik, ini yang lumayan, dan ini yang buruk, jadi biarkan mereka (pembeli) yang memilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.” (Sakun, 2020).

Menurut beliau kalau selalu memilih kualitas yang bagus dengan harga sedikit mahal beliau merasa sedikit susah, karena tidak semua orang mampu membeli dengan harga yang mahal, jadi beliau berusaha memberikan peluang untuk semua pelanggannya sesuai dengan kemampuan mereka masing-masing.

Dari penjelasan diatas baik bu Aziz, pak Tomi, dan pak Sakun mereka menunjukkan bagaimana pentingnya kualitas suatu produk.

Sehingga perilaku mereka sangat memperhatikan hal tersebut demi kepuasan para pelanggan.

Akan tetapi, lain halnya dengan yang dikatakan oleh ibu Nasiah (pedagang sayur), beliau mengatakan bahwa tidak terlalu memperhatikan akan kualitas barang yang ia jual. Beliau mengatakan bahwa kualitas barang memang penting, hanya saja beliau tidak selalu menjual barang dengan kualitas yang baik, karena banyak juga pembeli yang lebih memilih barang dengan harga yang murah dan tidak memperhatikan baik tidaknya kualitas suatu produk. Jadi beliau memilih menjual produk yang dapat habis untuk dijual walaupun dengan harga yang lebih murah. Hal ini dapat menimbulkan ketidakseimbangan pasar (distorsi pasar) dan dapat merugikan beberapa pihak.

Ibu Satini (pedagang sayur) juga mengatakan seperti berikut ini:

“susah mba kalau harus selalu menjual dagangan dengan kualitas yang baik, kita kan ambil dagangan dari seorang tengkulak, nah dari sananya juga kadang kualitasnya sudah nggak bagus mba, salah satu yang paling sering saya jual dengan kualitas yang kurang bagus itu bawang merah sama cabe rawit mba. Akan tetapi, masih banyak kok pembeli yang tetap membeli dagangan saya.” (Satini, *Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam*, 2020).

“kualitas barang memang penting, hanya saja saya sebagai pedagang sayur dan bumbu dapur tidak terlalu mementingkan hal tersebut. Namanya jualan kan kadang ga selalu terjual habis, kemudian dijual lagi keesokannya dan dicampur dengan barang yang baru supaya laku. Kalau nggak begitu ya susah mba, yang ada saya rugi nantinya ga bisa ambil keuntungan dari penjualan saya.” (Rusti, 2020). Begitulah yang dikatakan oleh Rusti, beliau salah satu pedagang yang tidak terlalu mementingkan kualitas barang yang ia jual.

Dari penjelasan diatas, seperti yang dikatakan oleh ibu Nasiah, ibu Satini dan ibu Rusti, mereka bertiga merupakan pedagang yang tidak terlalu memperhatikan/menghiraukan kualitas produk yang mereka jual. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar para pedagang sangat memperhatikan kualitas produk yang mereka jual, akan tetapi masih ada juga pedagang yang tidak terlalu memperhatikan kualitas produk yang

mereka jual dan bahkan mengoplos produk yang bagus dengan yang buruk. Hal inilah yang menimbulkan adanya ketidakseimbangan pasar dikarenakan masih banyak pembeli yang lebih memilih produk dengan harga yang murah dan menghiraukan kualitas suatu produk.

3. Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran perkataannya. Begitu pula seorang pembeli akan percaya kepada pedagang apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang diucapkannya, salah satunya yaitu dengan dengan menepati janji. Seorang pedagang yang ingin dipercaya dan disukai oleh para pelanggannya hendaknya menepati janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak akan merasa dikhianati dan akan selalu mempercayainya.

Dalam hal penepatan janji, pasti setiap pedagang memiliki sikap yang berbeda-beda, seperti yang dilakukan oleh beberapa pedagang di pasar Cinangsi sebagai berikut:

Pak Tomi mengatakan:

“ya pasti mba kalau dalam menepati janji saya selalu menepatinya. Kalau ada pembeli yang sudah memesan daging ayam dan sudah membayar ya langsung saya siapkan, kalau ada yang memintanya walaupun dengan harga yang lebih tinggi saya tidak memberikannya. Saya akan menawarkan bagian yang lainnya kepada pembeli tersebut. Nggak berani ngasih yang sudah dipesan mba, kan kasian juga yang sudah pesan.” (Tomi, 2020).

Ibu Nasiah juga mengatakan:

“kalau sayuran sudah ada yang pesen dan sudah membayar ya saya nggak berani jual ke pembeli lain mba.” (Nasiah, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Ibu Satini dan beberapa informan lainnya juga mengatakan hal yang sama dengan ibu Nasiah, mereka mengatakan kalau sudah berjanji ya harus ditepati sehingga dapat dipercaya oleh pembeli dan membuat pembeli kembali lagi.

Dari penjelasan diatas baik pak Tomi, ibu Nasiah dan ibu Satini, dan informan lainnya mereka telah menunjukkan sikap penepatan janji.

Mereka merasa kalau sudah dibeli ya sudah, kalau janji maka ya dipenuhi. Begitu juga dengan beberapa informan lainnya, seperti yang dikatakan oleh pak Tomi mereka pasti menepati janji yang mereka katakan kepada para pelanggannya, mereka mengatakan apabila tidak menepatinya mereka akan merasa bersalah dan merasa malu kepada pelanggannya dan takut mengecewakan pelanggan sehingga mereka meninggalkannya dan tidak kembali membeli lagi.

Lain halnya dengan yang dikatakan oleh ibu Rosiah, beliau mengatakan pernah sesekali melanggar kesepakatan yang beliau lakukan dengan pembeli, berikut yang beliau katakan:

“saya pernah mba tidak menepati janji saya, waktu itu ada yang minta dengan harga yang lebih tinggi jadi ya saya kasih saja.” (Rosiah, 2020). Hal semacam ini wajar terjadi, karena setiap orang memiliki sifat yang berbeda-beda, walaupun perilaku tersebut tidak baik dan tidak seharusnya dilakukan oleh seorang pedagang, tetapi itu merupakan hak ibu Rosiah untuk menjual barang dagangannya kepada siapa yang ia kehendaki.

Jadi peneliti menyimpulkan bahwa para pedagang di pasar Cinangsi sebagian besar dapat dipercaya akan apa yang diucapkannya. Meskipun ada beberapa yang pernah melakukan tindakan penyimpangan dengan tidak menepati janjinya kepada pelanggan seperti yang dilakukan oleh ibu Rosiah diatas sehingga menyebabkan adanya distorsi pasar, akan tetapi pada dasarnya mereka selalu berusaha menepati apa yang dikatakan kepada pelanggan agar pelanggan tidak merasa dikecewakan dan merasa puas, serta saling menghormati dan merasa nyaman satu sama lain.

4. Keramahan dan Pelayanan

Keramahan seseorang sangatlah penting dalam menyangkut hal apapun terutama pekerjaan, salah satunya dalam berdagang. Seorang pedagang diharuskan memiliki sikap yang ramah kepada pelanggannya. Ramah disini maksudnya ialah manis tutur kata dan sikapnya, sehingga pelanggan akan merasa senang dan nyaman dalam melakukan kegiatan jual beli. Rasulullah juga telah mengajarkan kita untuk bersikap ramah kepada siapapun dan dalam hal apapun terutama dalam kegiatan

berdagang, karena yang demikian merupakan sebaik-baik manusia dan yang saling memberikan manfaat bagi manusia lainnya.

Begitu juga dalam hal pelayanan, seorang pedagang harus melayani pembeli dengan baik agar pembeli merasa puas. Seorang pedagang perlu mendengarkan perasaan pembeli, biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan seksama apa yang dibutuhkan dan diinginkannya, dan layani dengan sepenuh hati.

Dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan, para pedagang di pasar Cinangsi selalu ramah dan baik dalam melayani. Hal ini dapat dilihat dari cara mereka (pedagang) tersenyum ke semua orang yang lewat di depan mereka. Mereka selalu tersenyum disertai menawarkan barang dagangannya ke semua orang yang lewat. Meskipun orang yang lewat menghiraukan dan tidak melihat atau menengok sedikitpun mereka tetap tersenyum dan terus menawarkan dagangannya. Hal ini membuktikan bahwa mereka berperilaku ramah kepada para pembeli. Selain itu, dalam melayani para pembelinya mereka cepat dan baik. Pelayanan terjadi secara natural disertai dengan pembicaraan ringan tentang kehidupan sehari-hari sehingga menjadikannya lebih nyaman.

Ibu Satini mengatakan:

“ramah itu ya harus mba dalam berdagang, kalo galak-galak ya nanti nggak ada yang mau mendekat untuk membeli. Wong gampang kok tinggal senyum saja, dan tanya apa yang mereka cari atau butuhkan.” (Satini, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Pak Tomi juga mengatakan:

“ya pasti saya selalu bersikap ramah kepada pembeli mba, kan kalau kitanya ramah mereka (pembeli) jadi nyaman.” (Tomi, 2020).

Sama halnya dengan yang dikatakan oleh salah satu pelanggan tetap di pasar Cinangsi ini, ibu Inah mengatakan:

“ramah-ramah mba pedagang di pasar Cinangsi, apalagi kalau yang sudah kenal lama dan jadi pelanggan tetapnya.” (Inah, 2020).

Begitu juga dengan ibu Sartinah dan ibu Wadiyem, mereka merupakan pelanggan tetap pasar Cinangsi. Mereka mengatakan bahwa para pedagang di pasar Cinangsi itu ramah-ramah dan mereka merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh para pedagang disana. Mereka selalu menghormati para pembelinya baik muda ataupun tua.

Ibu Sartinah mengatakan:

“ramah-ramah sekali mba pedagang di sana, melayaninya juga baik, pernah saya meninggalkan belanjaan saya disalah satu pedagang karena lupa, dan ingat setelah beberapa saat kemudian saya kembali kesana pedagang tersebut tersenyum dan menyimpannya untuk saya.” (Sartinah, 2020).

Hal tersebut menjelaskan bahwa para pedagang di pasar Cinangsi ini selalu ramah kepada pembeli dan melayani pembeli dengan baik. Terbukti dari beberapa keterangan yang diperoleh dari pelanggan pasar Cinangsi, mereka mengatakan bahwa mereka puas dan senang dengan keramahan dan pelayanan yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Cinangsi. Selain itu hampir semua informan mengatakan hal yang sama, yaitu selalu bersikap ramah kepada para pembeli agar tidak mengecewakan pembeli dan dapat menjalin silaturahmi yang baik, sehingga kegiatan perdagangan berjalan dengan baik.

5. Persaingan Sesama Bisnis

Persaingan bisnis adalah perseteruan antar pelaku bisnis yang secara independent berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan kepada penjual. Seorang pedagang hendaknya bersaing dengan cara yang sehat, adil, dan tidak menjelekan dagangan orang lain demi keuntungannya sendiri.

Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan beberapa informan di pasar Cinangsi, para pedagang di pasar ini melakukan kegiatan perdagangan secara sehat. Mereka saling menghormati satu sama lain, mereka percaya bahwa rezeki itu sudah ada yang mengatur jadi tidak perlu

merasa iri apalagi menjelekan pedagang lain dengan mengatakan yang tidak-tidak. Selain itu mereka saling menjaga silaturahmi dengan baik dengan mengikuti beberapa kajian-kajian agama dan seminar ataupun edukasi yang diadakan oleh pihak desa baik untuk umum ataupun untuk para pedagang pasar. Mereka juga selalu bekerjasama dan tolong menolong dalam kegiatan perdagangan, meskipun masih ada beberapa pedagang yang memang memberi dengan harga lebih murah dari pedagang lainnya hanya saja itu karena kualitasnya yang memang tidak terlalu bagus dan hanya memiliki selisih yang sedikit, jadi masih wajar saja.

Ibu Nasiah mengatakan:

“lah rezeki itu sudah ada yang ngatur mba, percaya saja sama gusti Allah.” (Nasiah, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Ibu Aziz mengatakan:

“penjual disini itu sudah saling kenal satu sama lain mba, kita sudah menjalin silaturahmi sebagai sesama pedagang. Sering bercanda dan berbagi cerita jadi ya tidak pernah itu yang namanya pengen paling laku/menang sendiri, dan menjelekan pedagang lainnya nggak pernah kayanya deh mba.” (Aziz, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Ibu Satini juga berpendapat bahwa:

“rezeki itu nggak bakal tertukar mba, nggak usah khawatir mereka lebih banyak pembelinya dari kita karena semua sudah diatur sama Allah kok mba.” (Satini, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Sedangkan ibu Muryati juga mengatakan:

“bersaing ya yang sehat mba, biasa saja tidak menjelekan pedagang lain, kadang memang saya ngasih harga lebih murah untuk bawang merah dan cabai kalau kualitasnya memang lagi nggak bagus dan kalau memang sedang musimnya, karena kalau tidak dijual murah pasti nggak laku mba.” (Muryati, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Beliau menjelaskan bahwa apa yang beliau lakukan tidak bermaksud untuk ingin menang sendiri dari pedagang lainnya, tapi memang supaya pembeli tertarik untuk membeli. Karena kalau tidak dijual

dengan harga murah ditakutkan tidak laku dan beliau bisa rugi. Selain itu, beliau mengatakan kalau harga yang diberikan itu sudah sesuai dengan kualitas barang/produknya jadi menurut beliau tidak apa-apa dan bukan hanya beliau yang melakukan hal tersebut. Beliau mengatakan banyak juga para pedagang lain yang melakukan hal tersebut dan mereka merasa boleh-boleh saja dan tidak merugikan satu sama lain.

Seperti halnya dari beberapa penjelasan informan diatas, peneliti juga mendapatkan hasil bahwa pedagang di pasar Cinangsi memang sangat erat hubungannya satu sama lain. Terlihat dari para pedagang saling bercerita dan bercanda satu sama lain. Hal tersebut membuktikan bahwa mereka bersaing secara sehat dan benar. Mereka juga percaya bahwa rezeki itu sudah diatur oleh Allah dan tidak akan tertukar.

Etika Bisnis Islam dalam Pandangan Pedagang Pasar Cinangsi

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta perselisihan-perselisihan yang mungkin terjadi yang tidak sesuai dengan Syariah (Qardhawi, 1997: 5). Dalam Islam, Etika bisnis juga berfungsi sebagai pengatur terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terdzalimi (Muslich, 2004: 29).

Etika bisnis seorang pelaku pedagang ialah pedagang harus memegang prinsip etika dalam berbisnis. Maka dari itu, prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Prinsip etika bisnis yang dimaksud disini ialah prinsip etika bisnis menurut Syed Nawab Heider Naqvi (Naqvi, 2003: 37), yaitu: prinsip kesatuan (*ketauhidan*), prinsip keseimbangan (*keadilan*), prinsip kehendak bebas (*free*

will), prinsip tanggung jawab (*responsibility*), dan prinsip kebajikan (*ihsan*). Kelima prinsip tersebut seharusnya dimiliki oleh seseorang yang melakukan kegiatan bisnis salah satunya ialah seorang pedagang.

Dari hasil pengamatan yang telah peneliti lakukan, peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Prinsip Kesatuan (*tauhid*)

Prinsip yang mendasari segala aktifitas manusia termasuk kegiatan bisnis. Prinsip yang mengatakan bahwa Tuhan yang patut disembah atau dipertuhankan ialah hanya Allah yang satu yang menjadikan segala sesuatu yang ada di dunia ini dari awal hingga akhir dan berada dalam genggaman Allah SWT. Prinsip kesatuan atau tauhid menyadarkan manusia sebagai makhluk ilahiyah, yaitu sosok makhluk yang bertuhan. Dengan demikian kegiatan bisnis manusia tidak akan lepas dari pengawasan Tuhan (Naqvi, 2003: 37).

Bentuk dari prinsip tauhid adalah berupa kepatuhan dan ketakwaan seorang pedagang kepada Allah SWT, yaitu selalu menjalankan ibadah kepada Allah baik itu shalat lima waktu, sedekah dan jujur dalam berdagang.

Prinsip kesatuan yang ditunjukkan oleh para pedagang di pasar Cinangsi ini adalah mereka selalu menjalankan ibadah shalat dan percaya bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah dan tidak akan tertukar sehingga mereka bersaing secara sehat dengan pedagang lainnya. Seperti yang dikatakan oleh ibu Nasiah seorang pedagang sayur mayur, beliau mengatakan:

“alhamdulillah tidak pernah meninggalkan ibadah shalat meskipun terkadang tidak tepat waktunya, dan saya selalu bersyukur walaupun kadang dagangan sepi pembeli mba, karna saya percaya rezeki sudah diatur oleh Allah jadi saya nggak khawatir mba.” (Nasiah, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Ibu Satini juga mengatakan:

“shalat kan kewajiban kita sebagai umat muslim jadi ya tidak boleh ditinggalkan. Selain itu saya nggak pernah iri mba sama pedagang lain, kan kadang-kadang mereka juga pasti pernah sepi pembeli,

jadi ya saya bersyukur saja. Kan gantian misal saya hari ini rame, besoknya sepi ya percaya saja kalau udah rezeki ya nggak bakal kemana mba.” (Satini, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Dari penjelasan yang dikatakan oleh ibu Nasiah dan ibu Satini diatas menunjukkan adanya prinsip kesatuan atau ketauhidan seorang pedagang. Mereka percaya bahwa Allah selalu bersama mereka dan telah mengatur rezeki untuk mereka.

Ibu Muryati juga mengatakan:

“asalkan selalu percaya sama Allah, pasti dagangan lancar mba, yang penting jangan lupakan kewajiban sebagai seorang muslim.” (Muryati, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Selain itu ibu Nasiah, ibu Satini, ibu Muryati, dan enam informan lainnya juga mengatakan bahwa mereka tidak khawatir dengan dagangan kalau sedang sepi, mereka berpendapat itu merupakan hal yang wajar terjadi dalam kegiatan perdagangan dan setiap pedagang pasti merasakan hal tersebut. Jadi mereka tidak khawatir dan percaya bahwa Allah ada bersama mereka dan semua sudah diatur atas kehendak-Nya. Selain itu, mereka juga mengatakan mereka selalu menjalankan kewajiban shalat lima waktu, hanya saja terkadang tidak tepat waktu, karena terkadang mereka harus melayani pembeli, sehingga baru akan melaksanakan shalat setelah transaksi selesai. Sebenarnya hal ini tidak dianjurkan dalam Islam, tetapi mereka belum bisa selalu melakukan shalat tepat waktu.

Sebenarnya dalam Islam telah dijelaskan untuk tidak meninggalkan/menunda ibadah demi kepentingan perdagangan. Seperti yang dijelaskan Allah dalam Q.S An- Nur ayat 37, sebagai berikut:

“laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai seorang muslim kita tidak dianjurkan untuk meninggalkan ibadah demi kegiatan perdagangan.

Apabila telah datang waktu shalat seharusnya kita segera menjalankannya dan tinggalkan jual beli. Jadi seharusnya kita dianjurkan untuk selalu menyegerakan shalat walaupun pada saat melakukan kegiatan jual beli. Setelah kewajiban shalat sudah ditunaikan barulah kita bisa melanjutkan kegiatan kita sebelumnya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa para pedagang di pasar Cinangsi sebagian besar memiliki prinsip kesatuan atau ketauhidan, meskipun mereka tidak paham akan etika bisnis Islam dan tidak selalu tepat waktu dalam menjalankan ibadah shalat, tetapi mereka melakukan kegiatan perdagangan sesuai dengan aturan agama Islam dan melakukan kewajiban sebagai seorang muslim. Hal lain juga ditunjukkan dari adanya kelompok atau perkumpulan ibu-ibu yasinan dan shalawatan atau kosidah.

2. Prinsip Keseimbangan (*Keadilan*)

Prinsip keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal ini disebabkan karena banyak berhubungan dengan manusia. Dalam dunia bisnis prinsip keseimbangan atau keadilan sangat menentukan bagaimana perilaku kebijakan seseorang dan harus diwujudkan oleh seorang pelaku bisnis dalam Islam.

Dalam prinsip ini, seorang pedagang hendaknya jujur dan adil dalam melakukan kegiatan perdagangan. Tidak menipu pembeli, dan tidak berbohong akan barang dagangannya, serta tidak pilih kasih terhadap pelanggannya dengan memperlakukan pembeli secara khusus hanya karena dia (pembeli) merupakan saudara atau pelanggan tetapnya. Seorang pedagang muslim harus senantiasa bersifat adil terhadap setiap pelanggannya.

Pak Tomi mengatakan:

“kalau saya prinsipnya siapa cepat dia dapat mba. Siapa yang duluan pesan ya dia yang mendapatkan.” (Tomi, 2020).

Sifat pak Tomi diatas menunjukkan adanya prinsip keadilan dalam berdagang. Beliau menjelaskan ketika seseorang sudah memesan ayam

potongnya, maka seseorang itu yang mendapatkan dan harus didahulukan. Meskipun ada pembeli lain yang menginginkannya, beliau tidak memberikannya. Menurut pendapat beliau perilaku tersebut salah satu perilaku ketidakadilan dan mengkhianati pembeli. Jadi beliau selalu berusaha untuk bersikap adil terlepas dari siapa pun pembelinya.

Ibu Rasini juga mengatakan:

“saya tidak pernah membedakan pelanggan saya mba, baik itu salah satu saudara saya maupun orang lain ataupun orang yang berpangkat. Saya selalu berusaha bersikap adil terhadap setiap orang tanpa melihat apa status mereka.” (Rasini, 2020).

Perilaku ibu Rasini diatas menunjukkan bahwa beliau selalu berusaha memperlakukan pelanggannya secara adil dengan tidak membedakan pelanggannya. Selain itu, prinsip keadilan/keseimbangan juga bisa dilakukan dengan tidak mengurangi timbangan, dan menimbang sesuai dengan ukuran yang sudah ada. Seperti yang dikatakan ibu Sumirah dan pak Sakun, mereka merupakan pedagang sembako atau kelontong. Ibu Sumirah mengatakan:

“saya selalu adil dalam memberikan timbangan kepada setiap pelanggan saya, dan apabila ada yang cacat saya selalu mengatakan untuk mengembalikannya kepada saya.” (Sumirah, 2020).

Pak Sakun mengatakan:

“pasti mba nimbang yang adil, tidak menipu hanya demi keuntungan saya, nantinya nggak berkah mba dagangannya.” (Sakun, 2020).

Berdasarkan penjelasan diatas perilaku ibu Sumirah dan pak Sakun menunjukkan bahwa mereka memegang prinsip keadilan dalam berdagang. Mereka telah menunjukkan bagaimana seorang pedagang muslim dalam berdagang, meskipun mereka tidak paham dengan etika bisnis Islam. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa sebagian besar pedagang di pasar Cinangsi sudah menerapkan prinsip keadilan/keseimbangan dalam kegiatan perdagangan.

3. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan yang ada dalam diri manusia itu bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanya dimiliki Allah SWT semata. Dalam Islam, kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan dimuka bumi ini.

Kehendak bebas yang dimaksud disini adalah seorang pedagang hendaknya memberikan kebebasan kepada pembeli akan keinginannya atau kebutuhannya dan menghormati keputusan pembeli. Seperti yang dikatakan oleh ibu Rusti, sebagai berikut:

“saya selalu menghormati pelanggan saya mba, sekalipun pada akhirnya mereka hanya tanya-tanya saja dan tidak jadi membeli karena itu hak mereka.” (Rusti, 2020).

Ibu Rosiah mengatakan:

“sering si mba yang sudah nanya-nanya tapi nggak jadi beli, tapi ya nggak papa wong itu hak mereka keputusan mereka, saya harus menghormatinya.” (Rosiah, 2020).

Selain itu, lima informan lainnya juga mengatakan hal yang sama, mereka mengatakan bahwa mereka menerima dan tidak merasa kecewa serta menghormati setiap keputusan pembeli. Kehendak bebas juga dapat diartikan dengan membiarkan pembeli untuk tawar menawar terhadap barang dagangan, dan tidak memaksa pembeli. Ibu Aziz mengatakan:

“tawar menawar itu kan hal yang wajar ya mba, jadi ya saya selalu membiarkan pembeli untuk menawar dagangan saya, monggoh-monggoh saja, asalkan nawarnya masih wajar tapi mba.” (Aziz, *Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam*, 2020).

Pak Tomi juga mengatakan:

“sering dan banyak pembeli yang tanya berapa harga ayam sekarang pak, lalu menawar kepada saya tapi mereka kurang cocok dengan harga yang saya berikan ya sudah mba saya biarkan saja, terserah mereka mau membelinya atau tidak.” (Tomi, 2020).

Sifat pak Tomi diatas menunjukkan bahwa beliau tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli dagangannya, beliau mengatakan bahwa kalau boleh-boleh saja menawar dagangan namun masih dalam taraf wajar

dan harus sesuai kesepakatan atau atas dasar suka sama suka/sukarela, jadi sama-sama mendapatkan manfaat yang diinginkan. Dari perilaku pak Tomi diatas, beliau sudah berperilaku sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Allah dalam QS An-Nisa :29, sebagai berikut:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha penyayang kepadamu.”

Jadi dapat disimpulkan bahwa para pedagang di pasar Cinangsi memegang prinsip kehendak bebas. Terbukti dari beberapa perilaku pedagang yang saling menghormati dengan pembeli, tidak memaksa pembeli dan membiarkan pembeli melakukan tawar menawar barang dagangan.

4. Tanggungjawab (*Responsibility*)

Prinsip tanggung jawab merupakan prinsip yang harus dimiliki oleh setiap manusia dalam melakukan segala hal di dunia ini, termasuk salah satunya sebagai pelaku bisnis. Karena manusia dianjurkan untuk melakukan segala hal sebaik mungkin. Dan segala aspek kehidupan bukan sesuatu yang terbebas dari rasa tanggung jawab. Rasa tanggung jawab harus benar-benar diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari melalui perbuatan. Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai atau saat ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah mereka lakukan (pebisnis/pedagang), baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan perjanjian dalam jual beli dan lain sebagainya (Djakfar, 2007: 16).

Artinya seorang pedagang harus selalu bertanggungjawab dalam melakukan kegiatan perdagangan. Baik itu dengan barang dagangannya, dengan sesama pedagang lainnya maupun janji-janji yang telah

dikatakannya kepada pembeli. Semua harus dapat dipertanggungjawabkan. Seperti yang dikatakan oleh ibu Sumirah seorang pedagang sembako, beliau mengatakan bahwa ketika ada seorang pembeli yang memesan dagangannya katakanlah misalkan beberapa kg telur dan beras, dan beliau sudah menyanggupinya. Namun, ketika dicek ternyata jumlah yang dipesan kurang dari yang beliau punya, maka beliau bertanggungjawab akan apa yang sudah ia katakan/sanggupi kepada pembeli. Beliau mengatakan dengan bertanggungjawab kita akan melatih diri kita untuk selalu berusaha dan agar dapat dipercaya oleh para pembeli.

Pak Tomi juga mengatakan:

“saya selalu berusaha menjual daging segar mba, kalau misal nggak kejual habis setelah beberapa hari saya tidak menjual untuk besoknya, saya merasa itu tanggungjawab saya untuk selalu memberikan yang terbaik kepada pelanggan saya.” (Tomi, 2020). Beliau menjelaskan memang kadang kali dagangan sepi pada saat harga daging ayam sedang naik, sehingga tidak habis hari itu juga. Namun pada nyatanya penjualan daging ayam yang beliau jual lebih sering habis, jadi beliau merasa tidak khawatir dan dapat selalu menjual daging yang segar kepada konsumen.

Selain itu, Ibu Satini mengatakan:

“saya kalau ada dagangan sisa kemarin ya dipisah mba, kayak misalkan cabai, bawang merah sama bawang putih itu kan nggak selalu habis saya pisah-pisah dengan yang baru datang atau masih bagus dan segar, karena itu tanggungjawab saya akan dagangan saya. Dan kalau sudah agak lama tetep nggak laku ya saya jual murah atau kadang buat saya sendiri mba.” (Satini, Perilaku Pedagang dalam Etika Bisnis Islam, 2020).

Begitu juga dengan informan lainnya, mereka mengatakan kalau mereka harus bertanggungjawab baik terhadap dagangannya dan juga pembeli. Karena mereka yang melakukan perdagangan ya mereka juga yang harus bertanggungjawab, begitu pendapat mereka. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang di pasar Cinangsi menerapkan prinsip tanggungjawab dalam kegiatan dagangnya.

5. Kebajikan (*Ihsan*)

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa harus ada aturan yang mewajibkan atau memerintahkan untuk melakukan perbuatan itu, karena Allah senantiasa melihat apa yang kita kerjakan. (Naqvi, 2003: 37).

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan, peneliti mendapatkan beberapa hasil yang terkait dengan prinsip kebajikan atau ihsan. Dalam prinsip ini yang dimaksud adalah melakukan kegiatan perdagangan dengan kemurahan hati. Seperti yang dilakukan oleh pak Sakun sebagai pedagang sembako, beliau membolehkan pembeli untuk membayar separuh ketika membeli dagangannya dalam jumlah banyak dan memberikan waktu untuk melunasinya. Beliau mengatakan kalau kita percaya kepada pembeli, pembeli juga akan percaya kepada kita dan menjadikan kita sebagai langganannya. Beliau berprinsip bahwa apa yang kita tanam itu yang kita dapat, jika kita bisa saling memberikan manfaat kepada orang lain, kebaikan dan kemanfaatan pasti akan kembali kepada kita.

Selain dengan kemurahan hati, kebajikan juga bisa diartikan dengan memberikan bonus atau diskon/potongan harga sebagai ucapan terima kasih. Seperti yang dikatakan ibu Sumirah:

“saya kasih diskon mba kalau ada yang mborong dagangan saya baik itu telur, beras, sayuran atau kebutuhan pokok lainnya.” (Sumirah, 2020).

Selain ibu Sumirah, ada juga pak Tomi dan pak Sakun yang lebih suka memberikan diskon kepada pembeli yang memborong dagangannya. Namun lain halnya dengan yang dilakukan oleh ibu Nasiah, ibu Satini dan kebanyakan pedagang sayur lainnya, mereka lebih suka memberikan bonus dari pada potongan harga atau diskon. Mereka mengatakan bahwa mereka melakukan itu sebagai tanda terima kasih mereka karena sudah memborong dan hanya bisa memberikan bonus bukan potongan harga. Mereka berpikir itu lebih mudah dan praktis, selain itu untuk menghindari

apabila sayuran itu tidak laku pada hari itu. Reaksi/tanggapan dari memberikan bonus tersebut menurut para pembeli juga sangat baik, mereka sangat berterima kasih, sehingga ini merupakan salah satu sikap/perilaku dalam memberikan manfaat satu sama lain dan mencerminkan adanya prinsip kebajikan/ihsan.

C. Analisis Perspektif Etika Bisnis Islam

Berdasarkan paparan data di atas, terdapat beberapa perilaku pedagang yang berbeda-beda pada setiap pedagang sayur mayur dan sembako. Terkait perilaku dalam menjalankan bisnis ada beberapa aspek yang diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Takaran Timbangan

Takaran atau timbangan merupakan ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Takaran merupakan salah satu hal yang sudah dijelaskan dalam ajaran agama Islam. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al- An'am ayat 152 yang berbunyi: "Dan sempurnakanlah takaran serta timbangan secara adil. Kami tidak akan memikulkan beban sesuai dengan kemampuannya". Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipenuhi oleh setiap individu terutama oleh pedagang. Timbangan atau takaran adalah hal yang harus diperhatikan oleh pedagang demi kepuasan pembeli. Pembeli akan merasa puas apabila transaksi yang ia lakukan transparan dan tidak ada yang ditutup-tutupi.

Seperti halnya sikap pedagang dalam memberikan takaran pada para konsumennya. Berdasarkan hasil wawancara di atas, sikap yang dilakukan oleh ibu Nasiah dalam suatu takaran, beliau selalu memberikan takaran yang pas atau tidak mengurangi dan tidak melebihkan kepada setiap pembeli. Seperti pada saat menimbang sayur mayur, takaran yang beliau berikan sesuai dengan timbangan yang sudah ada dan tidak menguranginya. Begitu juga dengan ibu Rusti, beliau selalu menakar secara pas. Beliau menjelaskan tidak berani untuk mengurangi takaran,

karena beliau tahu itu merupakan tindakan yang tidak terpuji dan dilarang dalam Islam. Begitu juga dengan lima informan lainnya, mereka juga mengatakan hal yang sama dengan ibu Nasiah dan ibu Rusti.

Untuk sikap yang dilakukan oleh ibu Muryati pada saat memberikan takaran beliau mengatakan bahwa terkadang beliau melebihkan timbangan kepada pembeli ketika pembeli memborong dagangannya. Beliau menjelaskan hal tersebut merupakan bentuk rasa terima kasih beliau kepada pembeli. Lain halnya dengan yang dilakukan oleh ibu Satini, beliau selalu menimbang sesuai dengan timbangan, namun ketika seorang pembeli memborong dagangannya beliau lebih memilih untuk memberikan diskon atau potongan harga. Beliau juga mengatakan tidak pernah mengurangi takaran atau timbangan, daripada mengurangi takaran beliau lebih memilih untuk menaikkan harga sedikit pada saat harga kebutuhan pokok sedang meningkat.

Hal diatas menjelaskan bahwa, perilaku para pedagang di pasar Cinangsi dalam hal takaran atau timbangan sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip keseimbangan (keadilan) dengan selalu menakar atau menimbang sesuai ukurannya secara pas. Selain itu, juga adanya prinsip kebajikan (ihsan) yang dilakukan oleh ibu Muryati dan ibu Satini, yaitu dengan memberikan bonus ataupun potongan harga kepada pembeli.

2. Kualitas Produk

Dalam Islam, baik sebagai produsen ataupun pedagang kita dianjurkan untuk memperhatikan kualitas barang yang kita buat atau perdagangkan. Pada prinsipnya, Islam mengutamakan keberkahan atau manfaat, sehingga dapat memberikan keuntungan tidak hanya pada diri sendiri (produsen/pedagang) melainkan juga untuk konsumen.

Dari hasil pemaparan data diatas, dalam sikap memberikan suatu produk terdapat beberapa sifat yang berbeda-beda pada setiap pedagang sayur mayur dan sembako di pasar Cinangsi. Jika dilihat dari kesepuluh informan diatas seperti yang dilakukan oleh pak Aziz. Beliau selalu

menyediakan produk/barang dagangan dengan kualitas yang bagus demi kepuasan para pelanggan. Beliau mengatakan ketika pelanggan merasa puas, kita sebagai pedagang juga akan merasa puas, sehingga kita saling memberikan manfaat satu sama lain. Yaitu dengan kita menyediakan apa yang pelanggan butuhkan dan pelanggan mendapatkan apa yang dibutuhkannya. Begitu juga dengan pak Tomi, beliau selalu memberikan/menyediakan produk dengan kualitas yang bagus agar para konsumen merasa puas dan kembali membeli lagi meskipun dengan harga yang sedikit lebih mahal. Perilaku pak Aziz dan pak Tomi diatas mencerminkan adanya prinsip kebajikan, dengan memberikan manfaat satu sama lain. Berbeda dengan yang dilakukan oleh pak Sakun yang merupakan pedagang sembako sekaligus sayur mayur, beliau menyediakan barang dengan beberapa kualitas yang berbeda, yaitu dagangan dengan kualitas bagus, sedang dan rendah. Beliau menjelaskan, dengan menyediakan kualitas yang berbeda-beda pembeli dapat memilih sesuai dengan selera atau kemampuannya. Lain halnya dengan yang dilakukan oleh ibu Nasiah, beliau mengatakan tidak terlalu mementingkan kualitas produk dagangannya. Menurut beliau, masih banyak pembeli yang menghiraukan kualitas produk dan lebih memilih produk dengan harga yang lebih murah. Sehingga beliau tidak terlalu memperhatikan dagangan yang ia jual kepada pembeli. Demikian juga dengan ibu Rosiah dan ibu Satini, mereka juga mengatakan tidak terlalu mementingkan kualitas produk yang mereka jual, karena meskipun begitu masih ada pembeli yang akan membeli dagangannya karena harga yang relatif murah.

Dari sikap yang diberikan oleh ibu Nasiah, Rosiah dan Satini yang tidak terlalu memperhatikan kualitas barang diatas, menunjukkan adanya sikap/perilaku pedagang yang berbeda-beda, sehingga masih ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis dalam Islam yang dianjurkan untuk selalu memperhatikan kualitas produk yang kita jual. Berbeda dengan sikap yang diberikan oleh pak Aziz dan pak Tomi yang mencerminkan adanya prinsip kebajikan, dengan memberikan manfaat dan kepuasan satu sama lain.

3. Keramahan dan Pelayanan

Keramahan merupakan sikap yang sangat dianjurkan dalam hal apapun dalam Islam. Ramah disini diartikan sebagai manis tutur kata dan sikapnya. Maksudnya ialah baik hati dan menarik budi bahasanya, suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapan maupun perilakunya dihadapan orang lain. Begitu juga dalam hal berbisnis atau berdagang, setiap pedagang hendaknya bersikap ramah kepada setiap pembeli dan melakukan pelayanan terbaik kepada pembeli. Dalam hal pelayanan, seorang penjual/pedagang perlu mendengarkan perasaan pembeli, biarkan pelanggan berbicara dan dengarkan dengan seksama apa yang dibutuhkan atau diinginkannya, serta layani pembeli dengan sepenuh hati.

Untuk sikap keramahan dari kesepuluh informan/narasumber diatas, mereka semua selalu bersikap ramah kepada pembeli ataupun setiap orang yang datang melewatinya. Mereka mengatakan bersikap ramah merupakan suatu keharusan sebagai seorang pedagang/penjual, dengan bersikap ramah pembeli akan merasa nyaman dan mudah untuk mengatakan apa yang diinginkan atau dibutuhkannya. Seperti yang dilakukan oleh pak Tomi, beliau selalu bersikap ramah kepada pembeli, dengan selalu tersenyum dan selalu menanyakan apa yang mereka butuhkan atau inginkan, kemudian jelaskan dengan kata atau kalimat yang baik sehingga pembeli merasa nyaman. Demikian juga dengan ibu Rasini, beliau menjelaskan bahwa ramah kepada pembeli itu harus demi kenyamanan bersama baik penjual dan pembeli, selain itu caranya mudah dengan selalu tersenyum dan gunakan kata atau kalimat yang baik pada saat berinteraksi dengan pembeli.

Sama halnya dengan keramahan, hampir semua informan mengatakan selalu berusaha melayani pelanggannya dengan baik dan sepenuh hati agar para pembeli merasa puas dan sangat mungkin untuk kembali membeli lagi. Mereka mengatakan selalu membiarkan pembeli untuk tawar menawar barang dagangan, biarkan pembeli untuk

menjelaskan keinginannya. Meskipun pada akhirnya tidak jadi membeli, mereka harus selalu menghormati keputusan yang dibuat pembeli. Seperti yang dilakukan oleh ibu Satini, beliau selalu melayani dengan sepenuh hati dan disertai dengan keikhlasan untuk menolong sesama dengan memberikan/menyediakan apa yang dibutuhkan orang lain (pembeli). Beliau juga menjelaskan harus saling menghormati satu sama lain, sehingga kegiatan jual beli akan terasa nyaman dan lancar. Sikap diatas menunjukkan bahwa perilaku pedagang di pasar Cinangsi yang sesuai dengan prinsip kehendak bebas (free will) dengan selalu membiarkan pembeli melakukan tawar menawar barang dan menghormati setiap keputusan yang dibuat pembeli.

4. Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran perkataannya. Begitu pula seorang pembeli akan percaya kepada pedagang apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang diucapkannya. Salah satunya ialah dengan menepati janji. Seorang pedagang yang ingin dipercaya dan disukai oleh para pelanggannya hendaknya selalu menepati janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak akan merasa di khianati dan sangat mungkin untuk kembali membeli lagi.

Dalam hal penepatan janji, ada beberapa sikap yang berbeda yang dilakukan oleh pedagang di pasar Cinangsi. Seperti yang dilakukan oleh ibu Rosiah, beliau merupakan pedagang sembako dan sayur mayur, beliau mengatakan pernah beberapa kali tidak menepati janjinya kepada pembeli. Beliau pernah melanggar janjinya dengan seorang pembeli ketika ada pembeli yang memberikan harga yang lebih tinggi, walaupun pada saat itu barang yang ia berikan sudah dipesan oleh pembeli lain. Hal tersebut merupakan salah satu sikap tidak bertanggungjawab dan tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Perilaku ibu Rosiah diatas berbeda dengan sembilan informan lainnya, hampir keseluruhan mengatakan bahwa mereka selalu menepati janjinya kepada pembeli. Seperti yang dikatakan Ibu Sumirah, kalau sudah janji ya ditepati, kalau sudah ada yang

pesan ya disiapkan dan tidak dijual ke pembeli lain meskipun dengan menawarkan harga yang lebih tinggi.

Seperti yang dikatakan ibu Sumirah, hal diatas menunjukkan perilaku pedagang yang memegang prinsip tanggungjawab dalam berbisnis. Meskipun sebagian besar sudah selalu menepati janji-janjinya kepada para pelanggan, namun masih ada perilaku pedagang yang tidak bertanggungjawab dan tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis dalam Islam.

5. Persaingan Sesama Bisnis

Persaingan merupakan persetujuan antar pelaku bisnis yang secara independent berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan suatu barang dagangan kepada penjual/pedagang. Seorang pedagang hendaknya bersaing dengan cara yang sehat, yaitu dengan tidak menjelekkkan dagangan orang lain hanya demi kepentingan penjualan pribadi.

Di dalam menghadapi persaingan bisnis ini para pedagang sayur mayur menghadapinya dengan cara yang sehat, yaitu tidak menjelekkkan pedagang lain. Hal ini dibuktikan dengan hubungan sesama para pedagang di pasar Cinangsi yang terlihat sangat baik. Seperti yang dikatakan oleh pak Aziz beliau merupakan salah satu pedagang yang sudah lama berdagang disana dan menjelaskan bahwa rasa kekeluargaan para pedagang disana sangat erat. Mereka saling menghormati, menyayangi dan mendukung satu sama lain. Selain itu pak Aziz juga mengatakan bahwa mereka percaya bahwa rezeki itu sudah diatur oleh Allah SWT dan tidak akan tertukar sehingga mereka saling percaya dan tidak menjelekkkan pedagang lain hanya demi keuntungan pribadi. Persaingan yang sehat akan menghasilkan perdagangan yang sehat pula, sehingga kegiatan jual beli akan berjalan dengan lancar. Perilaku diatas menunjukkan adanya prinsip kesatuan (ketauhidan), yaitu dengan percaya bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah SWT dan tidak akan tertukar.

Dari lima prinsip etika bisnis Islam menurut Syed Heider Naqvi yaitu prinsip kesatuan (*ketauhidan*), prinsip keseimbangan (*keadilan*), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggungjawab (*responsibility*), prinsip kebajikan (*ihsan*), hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang di pasar Cinangsi memegang kelima prinsip diatas. Meskipun mereka tidak paham akan etika bisnis Islam, namun dalam menjalankan kegiatan bisnisnya mereka senantiasa berdasarkan ajaran agama Islam. Menurut beliau seseorang yang berada di bidang bisnis atau melakukan kegiatan berbisnis hendaknya memegang kelima prinsip etika tersebut. Sehingga tidak hanya mendapat keuntungan materi semata tetapi juga keberkahan dan ridho Allah SWT.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap). Dari beberapa aspek perilaku pedagang, berikut perilaku pedagang di pasar Cinangsi, yaitu:

1. Dalam hal takaran atau timbangan, dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, dari sepuluh informan sebagian besar pedagang di pasar Cinangsi ini selalu menakar/menimbang dagangan sesuai dengan takaran yang sudah ada atau sudah ditetapkan. Mereka mengatakan tidak berani untuk mengurangi takaran dagangan mereka dan menipu pembeli. Ada beberapa pedagang yang lebih memilih untuk menaikkan harga sedikit dari pada mengurangi timbangan/takaran, bahkan ada pedagang yang terkadang memilih melebihkan takarannya untuk pembeli.
2. Untuk kualitas produk, para pedagang di pasar Cinangsi ini memiliki perilaku yang berbeda-beda. Tujuh dari sepuluh informan mengatakan sangat memperhatikan akan kualitas produk/barang yang mereka jual demi kepuasan pembeli. Namun, tiga pedagang lainnya mengatakan bahwa tidak terlalu mementingkan dan memperhatikan kualitas produk/barang yang mereka jual. Hal itu dikarenakan terkadang saat mereka mengambil produk dari produsen ataupun tengkulak memang sudah memiliki kualitas yang kurang bagus, sehingga mereka tetap mengambilnya untuk dijual kembali. Mereka mengatakan bahwa tidak semua pembeli mencari produk dengan kualitas yang paling bagus, beberapa dari mereka lebih memilih produk dengan harga yang murah meskipun kualitasnya kurang baik. Hal tersebutlah yang menyebabkan masih ada beberapa pedagang yang tidak memperhatikan tentang kualitas produk, karena meskipun begitu tetap ada

pembeli yang membeli dagangan mereka walaupun dengan kualitas yang kurang baik tersebut.

3. Keramahan dan Pelayanan, dari hasil pengamatan yang dilakukan peneliti, dari sepuluh informan semuanya mengatakan hal yang sama yaitu selalu berusaha ramah kepada siapapun yang berada di pasar Cinangsi. Hal itu dibuktikan dengan bagaimana para pedagang disana memperlakukan setiap orang yang berada disana baik itu pedagang, pembeli ataupun orang yang lewat, mereka selalu menawarkan dagangannya kepada siapa saja yang melewatinya dan disertai dengan senyuman. Beberapa konsumen pasar Cinangsi juga mengatakan bahwa para pedagang disana sangat ramah sehingga membuat pembeli merasa nyaman. Selain itu, dalam hal pelayanan para pedagang di pasar Cinangsi ini cukup baik, nyaman dan cepat, mereka selalu menghormati satu sama lain, membiarkan pembeli tawar menawar dan mendengarkan apa yang dibutuhkan pembeli dan melakukan perbincangan senyaman mungkin dengan pembeli. Meskipun ada beberapa pembeli yang sudah bertanya namun pada akhirnya tidak jadi membeli. Mereka tetap berusaha melayani dengan sepenuh hati dan tidak terbawa emosi.
4. Penepatan Janji, dalam hal ini pedagang memiliki perilaku yang berbeda-beda. Delapan dari sepuluh informan (pedagang) mengatakan mereka selalu menepati janjinya dan tidak pernah mengkhianati pelanggannya. Namun ada juga dua informan pedagang yang melakukan tindakan penyimpangan dengan mengkhianati pembelinya demi mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Karena memang pada dasarnya setiap manusia memiliki sifat yang berbeda-beda, sehingga hal semacam ini rawan terjadi dalam perdagangan. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa sebagian besar pedagang menepati janjinya kepada pembeli dan beberapa pedagang lainnya pernah melanggar janji.
5. Persaingan Sesama Bisnis, dalam hal persaingan bisnis para pedagang di pasar Cinangsi berdagang dengan cara yang sehat dan saling menghormati satu sama lain serta menjalin silaturahmi yang baik dengan pedagang lain.

Dari hasil penelitian, peneliti mendapatkan hasil bahwa para pedagang di pasar Cinangsi percaya bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah SWT dan tidak akan tertukar. Mereka mengatakan untuk saling percaya dan bersaing secara sehat serta tidak menjelekan sesama pedagang lainnya meskipun mereka memiliki pesaing bisnis yang banyak. Jadi peneliti menyimpulkan bahwa para pedagang di pasar Cinangsi saling percaya, mendukung dan menghormati satu sama lain, menjalin hubungan silaturahmi yang baik dengan berdagang secara sehat dan tidak menjatuhkan sesama pedagang lainnya.

Selanjutnya dari lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan (*tauhid*), prinsip keseimbangan (*keadilan*), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggungjawab (*responsibility*), dan prinsip kebajikan (*ihsan*), peneliti memperoleh hasil bahwa dari sepuluh informan sebagian besar pedagang di pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap ini memegang kelima prinsip etika bisnis diatas, walaupun masih ada beberapa pedagang yang tidak memegang prinsip tersebut. Meskipun mereka tidak paham akan etika bisnis dalam Islam, tetapi dalam menjalankan kegiatan perdagangan mereka senantiasa sesuai dengan ajaran agama Islam dan tidak melakukan tindakan-tindakan yang dilarang dalam Islam.

B. Saran

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

1. Bagi pedagang di pasar tradisional Cinangsi Gandrungmangu diharapkan dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang di jalankan setiap hari tetap memegang teguh prinsip etika bisnis dalam Islam dan nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam.
2. Pedagang diharapkan selalu jujur atau terbuka dalam menjelaskan produk/dagangan baik kelemahan atau kelebihan barang yang dijual, memperhatikan kualitas produk, menepati janji/kesepakatan yang telah

ditentukan, selalu memberikan pelayanan yang terbaik, dan bersikap ramah kepada calon pembeli atau pembeli dan selalu bertanggungjawab atas apa yang dikatakannya kepada pembeli.

3. Peneliti harap perilaku pedagang dalam menjalankan bisnis atau berdagang selalu berpegang teguh pada prinsip etika bisnis Islam dalam kondisi bisnis apapun. Karena bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapat.
4. Studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan, maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Z. *Hukum Perbankan Syariah*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2008).
- Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2006).
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2002).
- Asy'ari, Musa. *Islam: Etika & Konspirasi Bisnis*. (Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam, 2016).
- Bagus. *Kamus Filsafat*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996).
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik*. (Jakarta: Kencana, 2011).
- Damsar. *Sosiologi Ekonomi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2002).
- Devos. *Pengantar Etika*. (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987).
- Djakfar, Mukhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. (Malang: UIN Malang Press, 2007).
- Dusenbery, David B. *Living at Micro Scale*. (Cambridge: Harvard University Press, 2009).
- Fathullah, Ahmad Lutfi. *40 Hadis Mudah Dihafal Sanad dan Matan*. (Jakarta: Al-Mughni Press, 2014).
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. (Jakarta: Kencana, 2013).
- Hakim, Muhammad Aziz. *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*. (Jakarta: PT Krisna Persada, 2005).
- Hasim, Frida. *Hukum Dagang*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2001).
- Kasmir. *Kewirausahaan*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007).
- Kensil, C. K. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. (Jakarta: Sinar Grafika, 2008).
- Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006).
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2011).
- Mulyana, Dedy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Rosda Karya, 2006).

- Muslich. *Etika Bisnis Islam*. (Jakarta: Ekonosia, 2004).
- Naqvi, Syed Nawab Heider. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003).
- Notoadmodjo, Soekidjo. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2007).
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. (Yogyakarta: LkiS, 2007).
- Presiden, P. *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelian dan Toko Modern*. Retrieved from www.bpkp.go.id. 2007.
- Purhantara, W. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. (Jakarta: Gema Insani, 1997).
- Rachmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007).
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1996).
- Sochimim. *Kewirausahaan Teori Aplikatif dan Praktik*. (Yogyakarta: Cinta Buku, 2017).
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2009).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).
- Sujatmiko, Eko. *Kamus IPS*. (Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2014).
- Suwanto, Sunardi, Sarwiyanto dkk. *Ayo Belajar di Sekolah*. (Yogyakarta: KANISIUS, 2010).
- Yustanto, Muhammad Ismail. *Menggagas Bisnis Islami*. (Jakarta: Gema Insani, 2002).
- Wazin. 2014. Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha (Studi Tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten). *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. 1(1):13.
- Zakiah, Bintang Wirawan. 2014. Pemahaman Nilai-Nilai Syariah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi Pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung). *Journal Sociologie*. 1(4): 331.

Wiharto, S. Mekanisme Pasar Menurut Ekonomi Islam di akses pada tanggal 15 Oktober 2020. <https://slamet-wiharto.blogspot.com/2008/09/mekanisme-pasar-menurut-ekonomi-islam.html>.

<https://id.scribd.com/doc/30594220/contoh-sistematika-pembahasan>. di akses pada tanggal 19 April 2020.

<https://www.kompasiana.com/amp/riyat/apa-itu-etika-bisnis-islam>. di akses pada tanggal 24 April 2020.

<https://www.karinov.co.id/mengenal-pengertian-bisnis-dan-tujuannya>. di akses pada tanggal 2 Juni 2020.

<https://www.definisi-pengertian.com>. di akses pada tanggal 2 Juni 2020.

<https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/mohnajib/mekanisme-pasar-dalam-perspektifislam>. di akses pada tanggal 10 Juni 2020.

<https://alihamdan.id/jenis-penelitian/>. di akses pada tanggal 7 Juli 2020.

<https://www.wordpress.com>. di akses pada tanggal 7 Juli 2020.

<https://shariaeconomics.wordpress.com/2011/02/26/mekanisme-pasar-dalam-perspektif-ekonomi-islam/> di akses pada tanggal 18 Oktober 2020.



IAIN PURWOKERTO