

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERDAGANGAN  
BAWANG MERAH DI PASAR KEDUNGBANTENG  
KECAMATAN SUKOREJO KABUPATEN PONOROGO**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**INDAH ROSTYANINGRUM**

**NIM. 210717053**

**Pembimbing:**

**SAID ABADI, Lc., M.A**

**NIDN. 2112088202**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2021**

## ABSTRAK

Rostyaningrum, Indah. Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perdagangan Bawang Merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Skripsi. 2021. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Said Abadi. Lc., M.A

**Kata Kunci :** Perdagangan, Etika Bisnis Islam, Pasar.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya beberapa perilaku pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo yang disinyalir melakukan penyimpangan etika bisnis Islam. Adanya kurang kepercayaan dari pembeli terhadap pedagang bawang merah yang langsung dikemas ketika akan membeli bawang merah menjadi salah satu aspek utama dalam melakukan penelitian terhadap praktik transaksi pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng. Etika Bisnis Islam merupakan pedoman bagi para pebisnis maupun pedagang muslim dalam kegiatan berdagang. Dengan adanya etika bisnis Islam dapat menjadikan kegiatan berdagang berjalan dengan baik. Maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui praktik transaksi perdagangan bawang merah dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada pedagang bawang merah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan, data dikumpulkan melalui wawancara secara terstruktur dan tidak terstruktur, selain itu metode pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Metode analisis pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu dengan menganalisis praktik transaksi pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng serta penerapan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam diterapkan oleh pedagang.

Hasil penelitian ini adalah praktik transaksi pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, tetapi secara keseluruhan sudah baik dalam melakukan transaksi jual beli. Dalam hal ini pedagang telah menerapkan transaksi yang sesuai ajaran Islam yaitu kewajiban bersifat jujur, berpegang teguh pada nasihat dan menjauhi penipuan, menghindari *najasy*. Pada kewajiban bersikap amanah dan persaingan tidak sehat masih terdapat pedagang yang belum menerapkan dengan baik. Dalam penerapan etika bisnis Islam melalui prinsip-prinsip etika bisnis Islam, pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng sebagian masih ada yang kurang memahami prinsip keseimbangan, prinsip *responsibility* dan prinsip ihsan. Sedangkan pada prinsip tauhid dan *freewill* pedagang telah menerapkannya dengan baik dalam berdagang.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO.	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Indah Rostyaningrum	210717053	Ekonomi Syariah	PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERDAGANGAN BAWANG MERAH DI PASAR KEDUNGBANTENG KECAMATAN SUKOREJO KABUPATEN PONOROGO

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 20 September 2021



Mengetahui  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.  
NIP.197801122006041002

Menyetujui

Said Abadi, L.c., M.A.  
NIDN.2112088202



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI:

Judul : PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERDAGANGAN  
BAWANG MERAH DI PASAR KEDUNGBANTENG  
KECAMATAN SUKOREJO KABUPATEN PONOROGO

Nama : Indah Rostyaningrum

NIM : 210717053

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

#### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang :  
Iza Hanifuddin, Ph. D.  
NIP. 196906241998031002

(.....)

Penguji I :  
Unun Roudlotul Janah, M. Ag  
NIP. 197507162005012004

(.....)

Penguji II :  
Said Abadi, Lc., M.A  
NIDN. 2112088202

(.....)

Ponorogo, 11 Oktober 2021  
Mengesahkan,  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin, M. Ag  
NIP. 197207142000031005

**LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

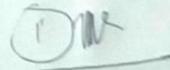
Nama : Indah Rostyaningrum  
NIM : 210717053  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul skripsi : Penerapan Etika Bisnis Islam pada Perdagangan Bawang  
Merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo  
Kabupaten Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi/ tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 16 Oktober 2021

Penulis



**Indah Rostyaningrum**

**NIM: 210717053**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Indah Rostyaningrum

NIM : 210717053

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA PERDAGANGAN BAWANG  
MERAH DI PASAR KEDUNGBANTENG KECAMATAN SUKOREJO  
KABUPATEN PONOROGO

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian  
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 20 September 2021

Pembuat Pernyataan



Indah Rostyaningrum

NIM: 210717053

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI ETIKA BISNIS ISLAM</b>	
A. Teori Etika Bisnis Islam.....	11
1. Pengertian Etika Binsis Islam .....	11
2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam .....	16
3. Fungsi Etika Bisnis Islam .....	28
B. Perdagangan dalam Etika Bisnis Islam .....	31
C. Konsep Pasar.....	34
1. Pengertian Pasar.....	34
2. Bentuk-bentuk Pasar .....	35
D. Studi Penelitian Terdahulu.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	42
B. Lokasi Penelitian.....	43
C. Data dan Sumber Data .....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Teknik Pengolahan Data .....	46

F. Teknik Analisis Data.....	47
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	48
<b>BAB IV DATA DAN ANALISIS DATA</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
1. Sejarah Singkat Pasar Kedungbanteng .....	50
2. Visi Misi Pasar Kedungbanteng.....	53
3. Struktur Organisasi Pasar Kedungbanteng .....	53
B. Data Penelitian .....	54
1. Praktik Transaksi Pedagang Bawang Merah di Pasar Kedungbanteng.....	54
2. Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang Bawang Merah di Pasar Kedungbanteng .....	61
C. Analisis Data Penelitian .....	66
1. Analisis Praktik Transaksi Perdagangan Bawang Merah di Pasar Kedungbanteng .....	66
2. Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang Bawang Merah di Pasar Kedungbanteng .....	68
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Struktur Organisasi Pasar	53



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia merupakan makhluk sosial yang senantiasa membutuhkan bantuan orang lain dalam berbagai bidang kehidupan, tak terkecuali dengan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Motif ekonomi sebagai acuan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari menjadi prioritas yang harus dipenuhi oleh manusia. Adapaun salah satu cara pemenuhan kebutuhannya adalah dengan kegiatan berdagang. Kegiatan berdagang merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli dengan dilandasi oleh rasa saling ridha antara kedua pihak.

Perdagangan merupakan aktivitas yang dijalankan oleh manusia sedunia, mulai dari berdagang kebutuhan primer sampai kebutuhan barang mewah. Bukan hanya itu, perdagangan juga salah satu usaha bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah. Nabi Muhammad adalah pedagang di mana mulai dari umur tujuh tahun dia sudah diajak oleh pamanya Abu Tholib berdagang ke Syam dan sejalan dengan usianya yang semakin dewasa, Muhammad semakin giat berdagang baik dengan modal sendiri maupun bermitra dengan orang lain.<sup>1</sup>

Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah diatur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis.

---

<sup>1</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 65.

Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk di dalamnya aturan ber-*muamalah* (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (*syariah*) dalam ajaran Islam di bidang *muamalah* tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rezeki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan pada masyarakat.<sup>2</sup>

Adanya perkembangan zaman menuntut manusia untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui persaingan yang ketat. Begitu pula dengan pedagang, bermacam cara dilakukan untuk mendapat keuntungan tidak jarang apa yang dilakukan menyimpang dari etika berdagang di pasar. Sebagai seorang muslim, segala perilaku manusia telah diatur oleh Agama Islam melalui Al-Quran maupun hadis. Begitu pula dengan berdagang, etika bisnis Islam merupakan pedoman yang mempelajari tentang perilaku-perilaku dalam berdagang yang dilakukan sesuai dengan ajaran Islam.

Pasar merupakan tempat transaksi ekonomi, yang biasanya identik dengan istilah bertemunya penjual dengan pembeli di suatu tempat. Pasar

---

<sup>2</sup> Desi Efilianti, "Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Esa Jurnal Ekonomi Syariah*, 2, (Desember 2018), 172.

tradisional masih menjadi prioritas berbelanja oleh masyarakat pedesaan, walaupun di era saat ini perkembangan pasar modern berkembang pesat. Pasar tradisional memiliki tempat tersendiri bagi masyarakat pedesaan selain itu pasar juga menjadi tempat kebergantungan ekonomi bagi masyarakat sebagai sarana pemenuhan kebutuhan.

Seperti halnya Pasar Kedungbanteng, Pasar Kedungbanteng merupakan salah satu pasar tradisional terbesar yang ada di Kecamatan Sukorejo yang memiliki lokasi di Dukuh Tambang Desa Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Pasar ini menjual berbagai kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari seperti sayur mayur, sembako, aneka jajanan pasar, makanan tradisional, aksesoris, alat-alat rumah tangga, pakaian serta hewan ternak yaitu ayam, bebek, merpati dan lain-lain.<sup>3</sup>

Sebagian besar pedagang yang ada di Pasar Kedungbanteng adalah pedagang sayur mayur. Komoditi sayur yang dijual biasanya adalah cabai, bawang putih, bawang merah, kentang, tomat, buncis, dan lain-lain. Komoditi yang paling sering mengalami fluktuasi harga diantara komoditi sayur yang lain adalah bawang merah. Bawang merah (*Allium ascolonicum*, L) merupakan komoditi prioritas dalam pengembangan sayuran dataran rendah di Indonesia, yang cukup strategis dan ekonomis dipandang dari segi keuntungan usaha tani. Selain itu bawang merah merupakan sayuran rempah yang cukup populer di kalangan masyarakat. Hampir pada setiap

---

<sup>3</sup> Indah, *Observasi*, 25 Januari 2021

masakan sayuran ini selalu dibutuhkan sebagai bumbu penyedap rasa. Sehingga hal tersebut yang menjadi salah satu faktor tingginya daya beli masyarakat.

Pedagang bawang merah yang ada di Pasar Kedungbanteng biasanya menerima hasil dagangan yang berasal dari petani langsung maupun melalui pedagang lain. Ketika harga bawang merah murah, stok yang ada pada petani melimpah sehingga pedagang pasar tidak bisa menyerap penjualan bawang merah oleh petani secara maksimal. Hal tersebut mengakibatkan petani bertindak sebagai pengecer yang melakukan penjualan bawang merah secara langsung kepada pembeli di pasar. Mereka melakukan penjualan dengan harga dibawah harga pedagang. Sehingga harga jual bawang merah tidak stabil dan dapat menurunkan nilai harga bawang merah di pasaran. Hal tersebut dirasakan oleh banyak pedagang yang sepi pembeli ketika musim panen tiba karena para pengecer menjual bawang merah dengan harga yang lebih murah. Sistem penjualan bawang merah oleh pengecer di pasar ini adalah dengan mengemas bawang merah dalam suatu kemasan satu kiloan yang langsung ditawarkan kepada pembeli.<sup>4</sup>

Ada beberapa pengecer yang hanya mengemas tanpa menakar melalui timbangan terlebih dahulu, sehingga bawang merah yang dijual ada yang kurang dan ada yang kelebihan. Pada kasus ini lebih sering dijumpai bahwa bawang merah yang dijual kurang dari takaran daripada yang lebih dari takaran. Penjualan bawang merah dalam bentuk kemasan lebih praktis

---

<sup>4</sup> Indah, *Observasi*, 18 Maret 2021.

untuk dipasarkan daripada penjualan bawang merah yang pembeli memilih sendiri bawang merah yang akan dibeli. Hal tersebut mengakibatkan pembeli kurang merasa puas karena dalam sebuah kemasan tidak jarang terdapat beberapa yang busuk. Bu Siti berkata “Meskipun harganya lebih murah seribu rupiah pun saya tidak pernah membeli bawang merah yang dikemas langsung, karena bisa saja didalam kemasannya itu kita nggak tahu bisa saja dicurangi.”<sup>5</sup>

Bawang merah yang dijual biasanya terdapat dalam dua kondisi, yaitu bawang merah yang belum kering dan bawang merah yang sudah kering. Tingkat resiko kebusukan lebih besar bawang merah yang belum kering. Bawang merah dalam kemasan kiloan, jika pembeli masih awam akan mudah dikelabui oleh penjual dengan mengatakan kondisi bawang merah yang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Seperti tingkat kekeringan bawang merah, penjual sering kali mengatakan bahwa bawang merah sudah kering padahal pada kenyataannya masih belum benar-benar kering.<sup>6</sup>

Dalam pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemaslahatan yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dengan dibatasi oleh nilai-nilai Islam.<sup>7</sup> Begitu juga dengan kebebasan dalam berdagang, pedagang bebas melakukan jual beli apa

---

<sup>5</sup> Siti, *Wawancara*, 8 Agustus 2021

<sup>6</sup> Indah, *Observasi*, 18 Maret 2021

<sup>7</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, 68.

saja yang halal dan tidak mengandung unsur riba, *gharar*, *maysir*. Sikap adil ketika berdagang dalam Islam penting untuk diterapkan dan Islam melarang adanya kecurangan dalam berdagang.

Dalam etika bisnis jual beli, yang terpenting adalah kejujuran. Kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman. Sebaliknya kebohongan adalah pangkal cabang kemunafikan. Bisnis yang paling banyak memperburuk citra perniagaan adalah dengan melakukan kebohongan, manipulasi dan mencampur aduk antara kebenaran dengan kebathilan.<sup>8</sup> Dalam berdagang, kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli. Nilai kejujuran dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Islam menganjurkan menjalankan nilai dan etika Islam dalam muamalah ekonomi. Salah satu anjuran tersebut adalah anjuran kewajiban untuk bersikap jujur. Sikap jujur semestinya diterapkan oleh setiap muslim dalam kehidupan sehari-hari termasuk urusan perdagangan.<sup>9</sup>

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai etika bisnis Islam pada perilaku pedagang bawang merah. Sehingga tercipta kondisi pasar yang islami dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Dengan adanya keadaan

---

<sup>8</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Robbani Press, 1997), 293.

<sup>9</sup> Alwi Musa Muzaiyin, "Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri)", *Jurnal Qawanin*, Volume 2 Nomor 1 (Januari 2018), 76.

tersebut penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Bawang Merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo”.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana praktik transaksi jual beli bawang merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo?
2. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui praktik transaksi jual beli bawang merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.
2. Untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Dari segi keilmuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat memberikan kontribusi untuk mengembangkan ilmu ekonomi, khususnya dalam teori etika bisnis Islam.
2. Dari segi praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan pembeli dalam melakukan keputusan pembelian bawang merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan dapat dengan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut sebagai berikut:

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bab yang menjadi dasar dalam melakukan penelitian. Dalam bab pendahuluan terdapat beberapa bagian diantaranya adalah yang pertama, latar belakang. Latar belakang adalah bagian awal yang membahas tentang awal mula ketertarikan penulis terhadap etika bisnis Islam dalam aspek jual beli dengan objeknya adalah bawang merah. Ada beberapa penyimpangan etika dalam berdagang yang menjadi titik fokus penulis yang mana bagian ini diulas secara singkat pada bagian latar belakang.

Kedua, rumusan masalah yang merupakan poin utama yang menuntun penulis dalam membahas sesuai dengan topik utama penelitian. Ketiga, tujuan dan kegunaan mengulas tentang tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitian yang hasilnya dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Keempat, tinjauan pustaka menjadikan posisi peneliti dalam melakukan penelitian sehingga dapat mengembangkan skripsi yang sudah ada. Kelima, metode penelitian menjadikan alat yang digunakan peneliti dalam mencari data. Keenam, sistematika pembahasan yang

merupakan langkah-langkah yang disusun agar pembahasan menjadi terstruktur dan sistematis.

## **BAB II. KONSEP ETIKA BISNIS ISLAM**

Dalam bab ini memuat uraian tentang kerangka teori relevan dan terkait dengan tema rumusan permasalahan. Teori yang dipaparkan digunakan sebagai acuan dalam mencari data yang ada di lapangan. Pada penelitian ini teori yang digunakan yaitu teori tentang etika bisnis Islam dan perilaku pedagang.

## **BAB III. METODE PENELITIAN**

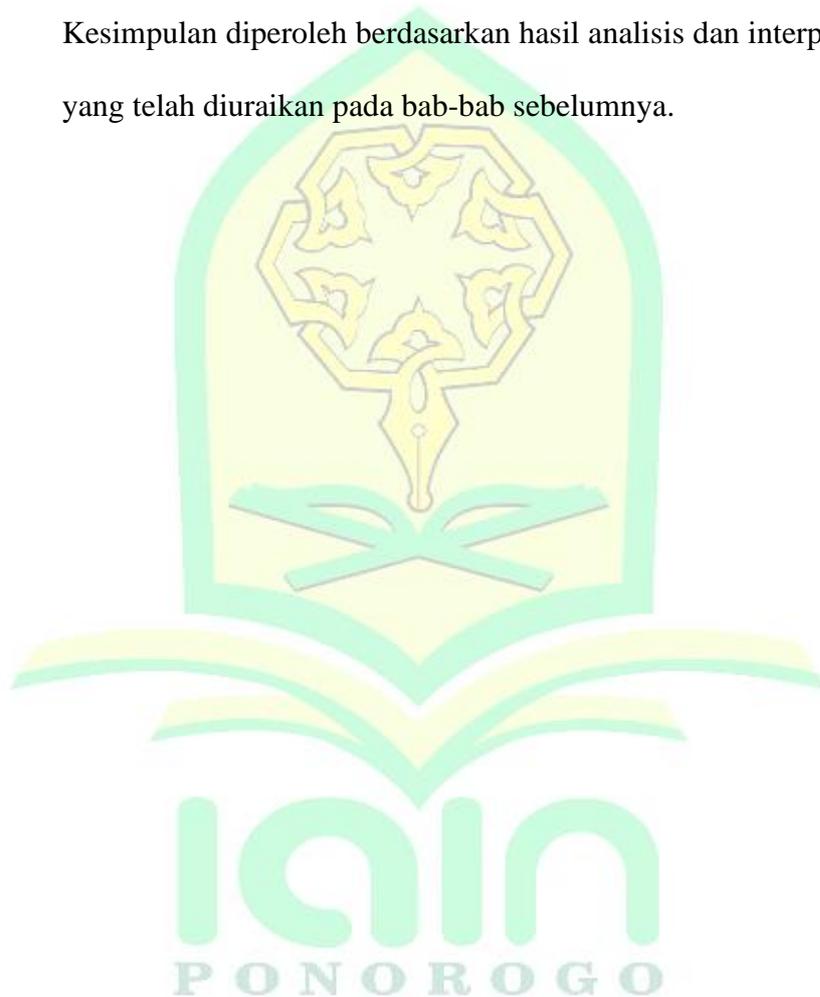
Metode penelitian terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data dan pengecekan keabsahan data.

## **BAB IV. DATA DAN ANALISIS**

Data menjadi poin penting dalam proses menganalisis suatu penelitian. Data yang harus diperoleh mengenai data gambaran umum tempat penelitian dan data lapangan yang menjadi pokok permasalahan. Analisis merupakan proses pemahaman setelah data yang dibutuhkan terkumpul. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu data tentang praktik transaksi jual beli bawang merah dan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dilakukan oleh pedagang bawang merah.

## **BAB V. PENUTUP**

Bab penutup merupakan rangkaian bab terakhir yang menjadi inti kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi yang termuat secara singkat. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Kesimpulan diperoleh berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.



## BAB II

### LANDASAN TEORI ETIKA BISNIS ISLAM

#### A. Teori Etika Bisnis Islam

##### 1. Pengertian Etika Bisnis Islam

###### a. Pengertian Etika

Istilah etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standard of conduct*) yang memimpin individu dalam membuat keputusan. Etik ialah suatu studi mengenai yang benar dan yang salah dan pilihan moral yang dilakukan seseorang. Keputusan etik ialah suatu hal yang benar mengenai perilaku standar.<sup>1</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) arti kata etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).

Sedangkan beberapa pendapat para ahli mengenai istilah etika adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Griffin Ebert etika adalah kepercayaan tentang hal yang benar dan salah, atau baik dan jelek dalam aktivitasnya yang berpengaruh pada yang lain.<sup>2</sup>
- b. Menurut *Webster Dictionary*, secara etimologis, etika adalah suatu disiplin ilmu yang menjelaskan sesuatu yang baik dan yang buruk,

---

<sup>1</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016), 238.

<sup>2</sup> Basri, *Bisnis Pengantar* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2005), 47.

mana tugas atau kewajiban moral, atau bisa juga mengenai kumpulan prinsip atau nilai moral.

- c. Bertens menyatakan bahwa etika berasal dari kata atau bahasa Yunani, *ethos* (kata tunggal) yang berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Sementara itu, dalam bentuk jamak disebut *ta etha* yang berarti adat kebiasaan.
- d. Simorangkir menilai etika adalah hasil usaha yang sistematis yang menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individu dan sosial untuk menetapkan aturan dalam mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang berbobot untuk bisa dijadikan pedoman hidup.<sup>3</sup>

Dalam Islam, istilah yang paling dekat hubungannya dengan etika adalah *khuluq*. *Khuluq* berasal dari kata dasar *khaluqa-khuluqan* yang berarti *tabi'at*, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan, dan keperwiran. Dalam Islam, istilah yang paling dekat dengan etika adalah *khuluq*. Namun, jika ditelusuri lebih dalam Al-Quran juga menggunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan, yaitu *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (ketakwaan).

---

<sup>3</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 16.

Tindakan yang terpuji disebut sebagai *salihat*, sedangkan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at*.<sup>4</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa pengertian etika adalah segala tindakan atau tingkah laku manusia yang menjadi kebiasaan.

b. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai “*The buying and selling of goods and services.*” Bisnis berlangsung karena adanya keberuntungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup dan lain sebagainya.<sup>5</sup>

Bisnis adalah kegiatan ekonomi, yang terjadi dalam kegiatan ini adalah tukar-menukar, jual beli, memproduksi dan memasarkan, bekerja dan mempekerjakan, serta interaksi lainnya dengan maksud memperoleh keuntungan. Dalam bisnis modern, untung itu diekspresikan dalam bentuk uang, tetapi hal itu tidak hakiki untuk bisnis. Yang penting ialah kegiatan antar manusia ini bertujuan mencari untung dan karena itu menjadi kegiatan ekonomi. Tetapi perlu ditambahkan, pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat

---

<sup>4</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Depok: Penebar Swadaya, 2012), 13.

<sup>5</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng, 1997), 2; Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 37.

sepihak, tetapi diadakan dalam interaksi yang menguntungkan kedua belah pihak.<sup>6</sup>

Bisnis dalam Al-Quran dijelaskan melalui kata *tijarah*, yang mencakup dua makna, yaitu: yang pertama bahwa perniagaan secara umum yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari Allah, mencintai Allah dan Rasul-Nya, berjuang di jalan-Nya dengan harta dan jiwa, membaca kitab Allah, mendirikan shalat, menafkahkan sebagian rezekinya, maka itu adalah sebaik-baik perniagaan antara manusia dengan Allah.

Makna *tijarah* yang kedua adalah perniagaan secara khusus, yang berarti perdagangan ataupun jual beli antar manusia. Beberapa ayat yang menerangkan tentang bagaimana bertransaksi yang adil di antara manusia terangkum dalam *Al-Baqarah* (2): 282, *An-Nisa* (4): 29, dan *An-Nur* (24): 37. Pada surat *Al-Baqarah* disebutkan tentang etika dan tata cara jual beli, utang piutang, sewa menyewa, dan transaksi lainnya. Ayat ini pula yang dijadikan pedoman kegiatan akuntansi (kewajiban untuk mencatat transaksi) dan notariat (kewajiban adanya persaksian dalam transaksi) dalam pembahasan tentang ekonomi dan bisnis Islam. Sehingga diharapkan adanya suatu perniagaan yang adil dan saling menguntungkan antara satu pihak dengan pihak yang lain, seperti tertera dalam surat *An-Nur* disebutkan

---

<sup>6</sup> K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis* (Yogyakarta: Kanisius, 2013), 14.

bahwa seseorang ketika sedang bertransaksi hendaklah mengingat Allah, menegakkan shalat dan membayar zakat.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa pengertian bisnis adalah segala bentuk kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh beberapa manusia yang berkepentingan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

#### c. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etika, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, sehingga setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu al-quran dan hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan yang termasuk dalam bisnis.

Etika bisnis Islam merupakan aktivitas bisnis yang berbasis pada aturan-aturan *ilahiah* dan bertujuan untuk selalu mengingat Allah dalam rangka beribadah dan menghasilkan maslahat tidak hanya bagi dirinya sendiri maupun orang lain, serta terjauhkan berbagai tindakan-tindakan yang merugikan orang lain.

## 2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Membangun prinsip yang mengedepankan etika bisnis Islam yang sehat, seyogyanya dimulai dari pemahaman seorang pebisnis mengetahui etika-etika dalam berbisnis, prinsip dari etika bisnis Islam itu sendiri tidak keluar dari ajaran Islam. Prinsip-prinsip etika bisnis menurut Hadimulyo dalam Abd. Haris adalah hal-hal yang menyangkut apa-apa yang boleh dan tidak boleh, yang baik dan tidak baik dilakukan dalam berbisnis, yang bersifat normatif.<sup>7</sup>

M. Quraish Shihab dalam R. Lukman Fauroni. Menegaskan prinsip-prinsip etika bisnis, yaitu eksistensi amal yang mempunyai visi ke depan, kejujuran, keramahtamahan, penawar yang jujur, tidak dibenarkan monopoli, tegas dan adil dalam timbangan, dan lain-lain.<sup>8</sup> Prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang menjadi dasar adalah sifat-sifat Rasulullah SAW yang terdiri dari:

### a. *Shiddiq*

*Shiddiq* artinya benar. Dalam konteks menjalankan bisnis Islam tidak hanya benar dalam perkataan atau ucapan namun juga dituntut benar secara perbuatan.

### b. *Amanah*

*Amanah* artinya dipercaya. Menjalankan bisnis sangat dibutuhkan kepercayaan antara pebisnis dan konsumen, untuk menumbuhkan kepercayaan seseorang kepada pelaku bisnis, pebisnis harus

<sup>7</sup> Abd. Haris, *Etika HAMKA Konstruksi Etik Berbasis Rasional-Religijs* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2010), 51.

<sup>8</sup> R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), 13.

bertanggung jawab, memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan atau kesepakatan antara pebisnis dengan konsumen tidak mengecewakan/merugikan salah satu pihak.

c. *Tabligh*

*Tabligh* artinya menyampaikan. Menjalankan bisnis Islam harus sesuai dengan kondisi barang yang akan dijual tidak menutup-nutupi kualitas barang tersebut, kemudian sampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh semua orang.

d. *Fathonah*

*Fathonah* artinya cerdas/cerdas. Dalam menjalankan bisnis Islam juga harus cerdas, cerdas dalam berkomunikasi bersama konsumen, cerdas mengatur strategi *marketing*, cerdas mempromosikan barang, cerdas dalam membaca situasi dalam menjalankan bisnis. Seorang pebisnis hendaknya memiliki komitmen serta menjaga etika dalam berbisnis, kemudian konsisten kepada sifat-sifat Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnis Islam tersebut.<sup>9</sup>

Beberapa penulis memberikan pendapat mengenai filsafat etika dalam Islam. Menurut Beekun, Islam memiliki lima aksioma dari filsafat etika Islam, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Tauhid, *unity* (kesatuan, keutuhan)

Ini merupakan konsep tauhid yang berarti semua aspek dalam hidup dan mati adalah satu, baik politik, ekonomi, sosial maupun agama

---

<sup>9</sup> Iwan Aprianto dkk, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*, (Yogyakarta Penerbit Deepublish, 2020), 13.

adalah berasal dari satu sistem nilai yang saling terintegrasi, terkait dan konsisten. Tauhid hanya cukup dianggap sebagai keyakinan Tuhan hanya satu. Tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini.

b. Adil, *equilibrium* (keseimbangan, harmoni)

Semua aspek kehidupan harus seimbang agar dapat menghasilkan keteraturan dan keamanan sosial sehingga kehidupan manusia di dunia dan akhirat nanti melahirkan harmoni dan keseimbangan.

c. *Freewill* (kebebasan)

Manusia diangkat sebagai khalifah Allah atau pengganti Allah di bumi untuk memakmurkannya. Manusia dipersilakan dan mampu berbuat sesuka hatinya tanpa paksaan, Tuhan memebrikan koridor yang boleh dan tidak boleh. Aturan dimaksudkan untuk kemaslahatan manusia. Allah menurunkan Rasul-Nya untuk memberikan peringatan dan kabar gembira. Pelanggaran terhadap aturan Allah akan dimintai pertanggungjawaban.

d. *Responsibility* (pertanggungjawaban)

Karena kebebasan yang diberikan di atas, manusia harus memberikan pertanggungjawabannya nanti di hadapan Allah atas segala keputusan dan tindakan yang dilakukannya.

e. Ihsan, *benevolence* (kemanfaatan)

Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun akhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan.

Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat bahkan makhluk lain seperti binatang, tumbuhan dan alam.<sup>10</sup>

Sedangkan prinsip etika bisnis Islam menurut Yusuf Qardhawi adalah sebagai berikut:

a. *Khuluq* dalam berdagang

*Khuluq* adalah mengetahui tata aturan perdagangan. Norma pertama yang ditekankan Islam adalah larangan mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan, atau cara apa saja untuk memudahkan peredarannya. Islam pada prinsipnya tidak melarang perdagangan, kecuali ada unsur-unsur kedhaliman, penipuan, penindasan dan mengarah pada sesuatu yang dilarang dalam Islam, misalnya memperdagangkan arak, babi, narkoba, berhala, patung dan sebagainya yang sudah jelas oleh Islam diharamkan baik memakan, mengerjakan ataupun memanfaatkan. Semua pekerjaan yang diperoleh dengan jalan haram adalah suatu dosa. Setiap daging yang tumbuh dari dosa maka nerakalah tempatnya. Orang yang memperdagangkan barang-barang haram ini ini tidak dapat diselamatkan karena kebenaran dan kejujurannya sebab pokok perdagangannya itu sendiri sudah mungkar yang ditentang dan tidak dibenarkan oleh Islam dengan jalan apapun.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 78.

<sup>11</sup> Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, terj. Mu'ammal Hamidy, Cet. ke-1 (Surabaya : PT. Bina Ilmu, 2003), 192-193.

b. *Khair*

*Khair* adalah baik dalam beretika bisnis harus mengetahui kebaikan yang terdapat dalam berdagang dalam berdagang harus bertujuan menegakkan kebaikan antara satu dengan yang lainnya bisnis yang baik adalah bisnis yang bersedia membantu mitranya untuk tumbuh bersama dan melahirkan suatu *win-win solution*. *Win-win solution* akan memberikan dampak positif bagi kedua belah pihak yang saling bekerja sama misalnya salah satu pihak sedang lemah maka mitra bisnis yang sebelumnya pernah dibantu kemungkinan besar akan bersedia membantu karena adanya perasaan balas budi.<sup>12</sup>

c. *Adl*

*Adl* adalah sikap yang adil dalam berdagang, jiwa tatanan dalam Islam adalah keseimbangan yang adil. Hal ini terlihat jelas pada sikap Islam terhadap hak individu dan masyarakat Kat kedua hak itu diletakkan dalam neraca yang adil (pertengahan) tentang dunia dan akhirat, jiwa dan raga, akal dan hati perumpamaan dan kenyataan. Islam juga bersikap di tengah-tengah antara iman dan kekuasaan. Ekonomi yang moderat tidak akan menjalin masyarakat khususnya kaum lemah sebagaimana yang terjadi pada masyarakat kapitalis. Islam juga tidak menzalimi hak individu sebagaimana yang dilakukan oleh kaum sosialis terutama komunis tetapi Islam berada

---

<sup>12</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Moral Dalam Perekonomian Islami*, Cet. 1 (Jakarta: Robbani Press, 1997), 321

di tengah-tengah antara keduanya, karena ekonomi Islam itu bersifat pertengahan atau keseimbangan dan merupakan jiwa dari ekonomi Islam itu sendiri.

d. *Haqq*

*Haqq* adalah kebenaran berdagang misalnya penjual makanan harus mengakui kebenaran bahwa yang dijual tersebut adalah makanan yang halal dan masih bagus untuk dimakan. Benar adalah ruh keimanan, ciri orang mukmin, bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah bagian dari sikap orang munafik. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Dusta dalam berdagang sangat dikecam, terlebih jika diiringi sumpah atas nama Allah. Inilah sumpah palsu dan tercela yang pengucapnya berdosa dan kelak masuk neraka nabi sangat membenci sumpah dalam perdagangan karena memungkinkan terjadinya penipuan, menyebabkan hilangnya perasaan membesarkan asma Allah dari hatinya.<sup>13</sup>

e. Ketaqwaan

Taqwa artinya taqwa dalam bidang berdagang jangan berbuat kecurangan dalam menjalani jual beli barang atau makanan. Setiap muslim meyakini bahwa setiap tindak tanduknya tidak akan luput

---

<sup>13</sup> Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai Moral Dalam Perekonomian Islami*, Cet. 1, (Jakarta: Robbani Press, 1997), 75 .

sedetikpun dari pengawasan Allah sang maha mengetahui dari yang tampak dan tidak tampak titik kesadaran seorang pelaku pasar di bawah kepada keyakinan bahwa apapun yang diucapkan ataupun dilakukannya Allah akan selalu mengetahuinya walaupun orang lain tidak mengetahuinya.<sup>14</sup>

Secara umum prinsip etika bisnis Islam dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Kesatuan atau Tauhid (*Unity*)

Tauhid berasal dari kata “*wahhada-yuwahiddu-tawhiddan*” yang secara harafiah artinya menyatukan, mengesakan atau mengakui bahwa sesuatu itu satu. Tauhid adalah prinsip utama dalam agama Islam dengan ditandainya pembacaan kalimat syahadat bagi seorang muslim yang beriman. Hubungan antar manusia dengan Tuhan pencipta alam semesta. Hubungan ini muncul sebuah konsekuensi penyerahan (Islamisasi) dari manusia kepada Tuhan yang akal pikiran, ucapan dan amal.<sup>15</sup> Ketika penyerahan telah dilakukan oleh seorang manusia terhadap Tuhannya, maka kebebasan yang dia lakukan selalu tetap pada hal yang benar sesuai syariat. Dengan tauhid, konsep ekonomi, sosial dan politik bisa digabungkan dan dilandaskan pada aspek keagamaan. Dengan mengintegrasikan aspek religius keagamaan dengan aspek ekonomi, akan

---

<sup>14</sup> Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, ), Cet. ke-2 (Jakarta: Kencana, 2007), 178.

<sup>15</sup> David Rasyid, *Islam Dalam Berbagai Dimensi* (Jakarta: Gema InsainiPress, 1998), 17.

menimbulkan perasaan dalam manusia bahwa ia akan selalu merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas berekonomi sehingga dalam melakukan segala aktivitas bisnis tidak akan mudah menyimpang dari segala ketentuan-Nya.<sup>16</sup>

b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Menurut Naqvi, keadilan harus diterapkan pada semua segi kehidupan sosial melalui komitmen dan upaya, yaitu melalui perjuangan keras. Hal itu merupakan penyatuan komitmen moral di antara para individu dalam masyarakat untuk mewujudkan suatu keseimbangan dalam seluruh aspek kehidupan mereka, dan oleh karenanya berbeda dengan konsep mekanis murni yang digunakan ilmu ekonomi positif konvensional, yang menganggap bahwa komitmen etika maupun normatif itu tidak ada, yaitu bebas bernilai. Penjelasan bahwa Islam menegaskan menuntut tentang keseimbangan atau kesejajaran, tidak hanya mencakup kekuatan-kekuatan ekonomi dan sosial harus benar sejajar, melainkan juga wilayah yang berdampingan dengan hal tersebut, di mana kekuatan-kekuatan itu tidak sejajar, tapi dengan syarat, ada mekanisme yang membuat hal tersebut menjadi sejajar. Yang perlu diperhatikan bahwa prinsip keseimbangan membawa implikasi pada sistem ekonomi Islam, ini bermakna penghapusan eksploitasi. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk

---

<sup>16</sup> Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 33.

berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Islam mengharuskan penganutnya untuk berperilaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari kebajikan. Wujud dari keadilan dalam perdagangan bisa diindikasikan dengan menerapkan:

1) Menyempurnakan takaran atau timbangan

Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menukar dan menimbang dengan alat timbangan yang benar, karena hal itu merupakan perilaku terbaik yang akan mendekatkan pada ketaqwaan. Tindakan menyempurnakan timbangan dan takaran kadang kurang diperhatikan. Padahal kurang satu gram pun sudah bisa dikatakan takaran yang kurang sempurna. Hal itu sama dengan merampas hak pembeli dan termasuk memakan harta orang lain dengan jalan yang bathil.

2) Seimbang dalam menetapkan harga

Keadilan sangat relevan dalam hal penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Menurut Imam Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan perjalanan, resiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang. Motif berdagang adalah mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Namun imam Ghazali tidak setuju dengan keuntungan yang besar dalam arti melipatgandakan harga dalam

jual beli. Keuntungan bisnis dalam Islam tidak hanya sekedar keuntungan yang berupa pundi-pundi rupiah, akan tetapi keuntungan yang lebih kekal yakni keuntungan akhirat.<sup>17</sup>

c. Kehendak Bebas (*Freewill*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri mankala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberi kemampuan untuk berfikir dan membuat keutusan, memilih jalan hidup yang diinginkan, dan yang paling penting untuk bertindak berdasarkan aturan yang ia pilih. Manusia dengan segala kelebihanannya dianugerahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Sebagai khalifah di bumi manusia memiliki kebebasan untuk mengarahkan kehidupannya pada tujuan yang diinginkannya, namun kebebasan tersebut bukan berarti kebebasan yang tanpa mempunyai batas. Dalam aspek bisnis seorang pebisnis memiliki kebebasan dalam hal :

1) Bekerja

Manusia memiliki kebebasan untuk bekerja (bisnis) guna memenuhi segala kebutuhannya. Setiap usaha pasti terdapat resiko yang harus dihadapi. Seorang pebisnis hendaknya tanggap terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat serta menganalisis

---

<sup>17</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing* (Jakarta: PtGramedia Pustaka Utama, 2012), 128.

kejadian lapangan yang ada untuk diputuskan mengenai langkah kedepan perusahaan. Setelah mengetahui langkah yang harus ditempuh, pebisnis bekerja semaksimal mungkin untuk meraih apa yang diinginkan. Dalam Islam bekerja merupakan kewajiban kedua setelah ibadah. Oleh karena itu apabila bekerja dilakukan dengan ikhlas maka bekerja bernilai ibadah. Mengingat hal tersebut bekerja tidak boleh bertentangan dengan syariat Islam, karena pada dasarnya apa yang kita lakukan pasti dimintai pertanggungjawaban oleh Allah. Pebisnis muslim memang harus memiliki etos kerja yang tinggi untuk menghidupi diri sendiri dan orang-orang yang menjadi tanggungjawabnya.<sup>18</sup>

## 2) Inovasi Produk

Mengingat persaingan bisnis semakin ketat, suatu bisnis dituntut untuk selalu berinovasi. Inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru yang memiliki manfaat bagi orang lain dengan menggunakan keahlian dan kemampuan akal.<sup>19</sup> Kehadiran produk inovasi haruslah berbeda dari produk yang sudah lebih dulu diujakan. Tentunya dengan kriteria yang memenuhi standar etika bisnis syariah yaitu antara lain harus halal, bermanfaat dan resiko pada konsumen rendah.

### d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

---

<sup>18</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbisnis Syariah*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), 29.

<sup>19</sup> Muhammad Abdul Jawwad, *Menjadi Manajer Sukses*, (Jakarta; Gema Insaini, 2004), 8.

Wirausahawan muslim haruslah memiliki sifat amanah atau terpercaya dan bertanggungjawab. Dengan sifat amanah wirausaha muslim akan bertanggungjawab atas segala yang dia lakukan dalam hal muamalahnya. Bertanggung jawab dengan selalu menjaga hak-hak manusia dan hak-hak Allah dengan tidak melupakan kewajiban sebagai manusia sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT.<sup>20</sup> Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban, untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan prinsip kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.<sup>21</sup>

e. Jujur

Bahwa prinsip penting dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam tataran ini, beliau Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis, beliau melarang para pedagang meletakkan barang bagus di sebelah bawah dan barang bagus di sebagian atas. Seorang wirausaha yang jujur akan menjaga timbangannya, mengatakan baik dan buruknya

---

<sup>20</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbisnis Syariah*, 20.

<sup>21</sup> Faisal badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 100.

barang yang dia jual. Dari hubungan jual beli yang didasari oleh kejujuran atau adil kepercayaan akan muncul dengan sendirinya diantara penjual dan pembeli atau antara penyedia jasa pengguna jasa. Kepercayaan yang dihasilkan dari ketulusan hati seseorang adalah hal paling mendasar dari semua hubungan dan termasuk dalam hal kegiatan bisnis.

### 3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Fungsi utama bisnis pada intinya yaitu mempersiapkan segala produk yang dibutuhkan oleh masyarakat serta mendesain sesuatu yang bersifat biasa saja atau bernilai kecil menjadi sesuatu yang luar biasa atau bernilai besar. Dalam melakukan bisnis secara islami haruslah mengedepankan etika bisnis Islam “*akhlak*” karena akhlak adalah modal utama, sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

*Artinya : “Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan kesalehan akhlak” (HR. Al-Baihaqi).*

Fungsi khusus dari etika bisnis Islam itu sendiri terdiri dari beberapa komponen yang meliputi:

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman

serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.

- c. Etika bisnis terutama etika bisnis islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam artian bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu, Al-Quran dan Sunnah.<sup>22</sup>

Sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Saban Echdar & Maryadi ada 18 fungsi etika bisnis Islam, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran.

Dalam Doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah SAW sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Rasulullah sendiri selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

- b. Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis.

Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis yakni Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap menolong orang lain sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis.

---

<sup>22</sup> <https://mirzasayuti02.blogspot.com/2019/makalah-ruang-lingkup-etika-bisnis-islam.html> di akses pada 11 Pebruari 2020.

c. Tidak melakukan sumpah palsu

Nabi Muhammad SAW sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Praktik sumpah palsu dalam kegiatan bisnis seperti jual beli saat ini sering dilakukan, karena cara tersebut dapat meyakinkan pembeli. Jika banyak pembeli yang merasa yakin dengan ucapan penjual tersebut maka dapat meningkatkan daya tarik pembeli dan daya beli bagi penjual.

d. Ramah tamah

Seseorang pelaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis. Nabi Muhammad SAW bersabda “Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis” (H.R. Bukhari dan Tirmizi). Ramah tama merupakan salah satu prinsip etika bisnis Islam yaitu perilaku ihsan. Ihsan yaitu berperilaku baik, dalam hal ini penjual berperilaku baik terhadap pembeli dalam menawarkan barang dagangannya dengan ramah tama.

e. Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut.

Sabda Nabi Muhammad SAW, *“Janganlah kamu melakukan bisnis nasnya (seorang pembeli tertentu, berkolusi dengan penjual untuk menaikkan harga, bukan dengan niat untuk membeli, tetapi agar menarik orang lain untuk membeli).”*

- f. Tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya.

Nabi Muhammad SAW bersabda “Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkkan apa yang dijual oleh orang lain”. (H.R. *Muttafaq ‘alaihi*).

- g. Tidak melakukan *ikhtikar*.

*Ikhtikar* yang dimaksud disini ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh) Rasulullah SAW melarang keras perilaku bisnis semacam itu.<sup>23</sup>

Fungsi etika bisnis Islam itu sendiri merupakan penerapan aturan-aturan dalam menjalankan bisnis agar tidak keluar dari norma-norma atau ajaran Islam. Agama Islam mengatur segala aspek, termasuk dalam berbisnis.<sup>24</sup>

## **B. Perdagangan dalam Etika Bisnis Islam**

Seperti yang sudah dijelaskan, bahwa dalam etika bisnis terdapat beberapa prinsip yang sudah menjadi patokan bagi sebuah transaksi jual beli. Diantaranya adalah prinsip ekonomi, kejujuran, nilai baik dan tidak berniat jahat, adil dan hormat pada diri sendiri. Kelima prinsip tersebut hendaknya diterapkan oleh setiap penjual yang hendak menawarkan barang dagangannya kepada masyarakat. Dengan penerapan prinsip tersebut, akan membawa kebaikan bagi penjual maupun pembeli. Islam menganjurkan menjalankan

<sup>23</sup> Iwan aprianto dkk, *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020), 9.

<sup>24</sup> *Ibid.*, 12.

nilai dan etika Islam dalam muamalah ekonomi, anjuran-anjuran tersebut adalah:

1. Kewajiban bersikap jujur

Sikap jujur termasuk salah satu karakteristik seorang mukmin yang paling menonjol. Tanpa kejujuran, dunia tidak akan mengenyam kedamaian dan agama tidak akan berdiri tegak. Sikap jujur seharusnya diterapkan oleh setiap muslim dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di dalam urusan perdagangan. Nabi Muhammad SAW dalam berdagang sangat jujur, sehingga beliau dijuluki gelar Al-Amin atau orang yang jujur. Atas kejujurannya tersebut Nabi Muhammad SAW selalu laris dalam menjalankan usahanya.

2. Kewajiban bersikap *amanah*

Sikap *amanah* merupakan di antara keharusan moral orang-orang mukmin yang akan diberi ganjaran oleh Allah SWT sebagai kebahagiaan hakiki. *Amanah* merupakan sikap yang disebarkan kepada orang lain agar lebih mempercayai segala tindakan seseorang. *Amanah* dalam perdagangan sangatlah ditekankan. Hal tersebut dimaksudkan agar terjadi keharmonisan antara penjual dan pembeli. Mereka akan merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi ketika saling mempercayai satu sama lainnya.

3. Berpegang teguh pada nasihat dan menjauhi penipuan

Rasulullah SAW menjadikan Agama Islam sebagai nasihat, termasuk salah satu hal penting yang menjadi bahan nasihat adalah menjauhi

penipuan. Misalnya, melakukan penipuan terhadap pembeli yang tidak mengetahui seluk beluk pasar dan harga barang-barangnya, kemudian pedagang menjual barangnya kepada pembeli dengan harga yang tinggi dari perusahaan atau menyembunyikan kekurangan yang terdapat pada barang-barang dagangannya. Saling menasehati antar pedagang bisa menjadikan terkontrolnya manajemen pasar yang baik. Adapun menjauhi penipuan, pedagang harus benar-benar terkontrol atas apa yang dilakukannya, berkewajiban untuk menghindari penipuan. Apabila perdagangannya bersih, maka pembeli akan semakin ramai berdatangan.

#### 4. Menghindari *najasy*

Yang dimaksud *najasy* adalah menawar barang dagangan dengan tujuan supaya orang lain menawar lebih tinggi. Hal seperti ini sangat dilarang oleh agama. Jual beli *najasy* biasanya terbentuk ketika ada pelelangan barang; barang antik, bersejarah ataupun punya nilai jual tinggi. Rasulullah juga sangat melarang adanya proses persaingan dalam proses jual beli. Melakukan *najasy*, itu sama saja dengan melakukan rekayasa dalam jual beli, dan itu termasuk tindakan penipuan. Apabila praktik jual beli tersebut terbongkar publik, maka banyak pihak yang merasa teraniaya karena merasa dirugikan dan ditipu.

#### 5. Menjauhi persaingan tidak sehat

Persaingan seperti ini terjadi dalam jual beli yang dilakukan seorang muslim atas jual beli yang dilakukan saudaranya, atau tawaran seorang muslim atas tawaran saudaranya. Hal tersebut hendaknya dihindari, karena

bisa menyebabkan permusuhan antara penjual dalam kompleks pasar. Ketika saling membenci, maka bisa timbul saling fitnah antar pedagang, dan pada akhirnya sama-sama merugi. Di samping itu, suasana pasar jadi memanas, dan kurang kondusif.<sup>25</sup>

## C. Konsep Pasar

### 1. Pengertian Pasar

Pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan.<sup>26</sup>

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

---

<sup>25</sup> Alwi Musa Muzaiyin, "Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri)", *Jurnal Qawanin*, Volume 2 Nomor 1 (Januari 2018), 77-79.

<sup>26</sup> Algifari, *Ekonomi Mikro Teori dan Kasus Edisi Kesatu* (Yogyakarta: STIE YKPN, 2002), 92.

selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.<sup>27</sup>

Menurut Boediono dalam Ilmu Ekonomi pengertian pasar tidak harus dikaitkan dengan suatu tempat yang dinamakan pasar dalam pengertian sehari-hari. Suatu pasar dalam Ilmu Ekonomi adalah dimana terjadi transaksi antara penjual dan pembeli, barang yang ditransaksikan bisa berupa barang apapun, mulai dari beras dan sayur-mayur, sampai jasa angkutan, uang dan tenaga kerja. Setiap barang ekonomi mempunyai pasarnya sendiri-sendiri.

## 2. Bentuk-bentuk Pasar

Bentuk pasar dapat dilihat dari 2 sisi, yaitu sisi produsen dan sisi konsumen. Dari sisi produsen bentuk pasar dibedakan menjadi 3 di antaranya sebagai berikut:

### a. Pasar Persaingan Sempurna

Dalam jenis pasar persaingan sempurna, kegiatan persaingannya tidak tampak karena tidak terbatasnya jumlah produsen dan konsumen dapat menjual atau membeli berapa saja tanpa ada batas asal bersedia membeli atau menjual pada harga pasar.

Persaingan sempurna merupakan struktur pasar yang ideal, karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin

---

<sup>27</sup> Akhmad , *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), 143.

terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya.<sup>28</sup>

b. Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah sebuah bentuk pasar yang dikuasai oleh satu produsen saja. Dalam hal ini tidak ada barang substitusi terhadap barang yang dijual oleh penjual tunggal tersebut, serta ada hambatan bagi para pesaing untuk masuk ke dalam pasar. Monopoli disebabkan oleh banyak hal, misalnya karena penguasaan bahan mentah, penguasaan teknik produksi tertentu, tindakan yuridis dalam perolehan hak paten dan secara alamiah karena luas pasar yang tak cukup besar untuk dilayani oleh lebih dari satu produsen dengan menggunakan skala produksi yang optimal.

c. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli merupakan perluasan dari pasar monopoli. Dalam menentukan tingkat harga dan kuantitas produksi, karena pengaruh dari pesaing sangat terasa, tindakan pesaing perlu dimasukkan dalam perhitungan.

d. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar ini merupakan bentuk campuran antara persaingan sempurna dan monopoli. Dikatakan mirip persaingan sempurna karena ada kebebasan bagi perusahaan untuk masuk-keluar pasar, selain itu barang yang dijual pun tidak homogen. Karena barang-barang yang

---

<sup>28</sup> Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: RajaGrafindo Persada), 231.

heterogen itu dimiliki oleh beberapa perusahaan besar saja, maka pasar ini mirip dengan monopoli.

Dari sisi konsumen, pasar dibedakan menjadi empat bentuk di antaranya adalah sebagai berikut:

a. Pasar Konsumen

Pasar ini merupakan macam pasar untuk jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau keluarga dalam rangka penggunaan pribadi (tidak untuk dibisniskan).

b. Pasar Industri

Pasar ini adalah pasar untuk jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau organisasi untuk digunakan pada produksi jasa lain, baik untuk dijual maupun untuk disewakan (dipakai untuk diproses lebih lanjut).

c. Pasar Penjual Kembali (*Reseller*)

Adalah pasar yang terdiri dari perorangan atau organisasi yang biasa disebut para pedagang menengah. Pedagang menengah terdiri dari dealer, distributor, grossier, agent dan retailer untuk bisnis yang berupa barang fisik sedangkan untuk bisnis jasa seperti konsultan, training organizer.

d. Pasar Pemerintah

Pasar pemerintah merupakan pasar yang terdiri dari unit pemerintah yang membeli atau menyewa jasa untuk menjalankan tugas-tugas

pemerintah. Beberapa diantaranya ada di sektor pendidikan, perhubungan, dan kesehatan.<sup>29</sup>

#### **D. Studi Penelitian Terdahulu**

Penelitian dari Heri Irawan dengan judul tesis “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai”. Menyatakan bahwa mayoritas pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Sinjai telah memahami dan menerapkan etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah saw dalam berdagang. Namun masih terdapat pedagang sembako yang kurang paham secara teori dan tidak menerapkan etika bisnis karena istilah etika bisnis yang menjadi asing bagi mereka serta minimnya informasi etika tentang bisnis karena rendahnya pendidikan yang mereka miliki dan hanya memprioritaskan keuntungan dunia semata.<sup>30</sup>

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengangkat tema etika bisnis Islam yang ada di pasar tradisional akan tetapi objek yang akan diteliti oleh Heri Irawan adalah objek yang memiliki tingkat fluktuasi harga yang rendah dan relatif stabil yaitu sembako, sedangkan yang akan diteliti oleh penulis adalah penelitian yang objeknya adalah bawang merah yang memiliki tingkat fluktuasi harga yang tinggi.

Penelitian dari Anwar Rusdi dengan judul skripsi “Analisis Perilaku Pedagang Pasar Songgolangit Ponorogo dalam perspektif etika bisnis islam

---

<sup>29</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan dalam Bisnis Jasa* ( Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), 16.

<sup>30</sup> Heri Irawan, “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai,” *Tesis* (Makassar: UIN Alauddin, 2017), xviii.

Yusuf Al-Qaradhawi.” Menyatakan bahwa *Pertama* Para pedagang pasar tradisional Songgolangit Ponorogo dalam menjalankan aktivitas bisnis telah memahami barang-barang yang dilarang oleh agama Islam untuk diperjual belikan. Barang-barang diperjualbelikan seperti bahan makanan dan pakaian tidak mengandung unsur haram. *Kedua* Pemahaman para pedagang pasar tradisional Songgolangit Ponorogo telah memahami prinsip kejujuran dalam menjalankan usaha harus ada, karena kejujuran merupakan kunci mencapai derajat yang lebih tinggi baik secara materi maupun di sisi Allah SWT. Para pedagang juga memahami bahwa kejujuran merupakan tonggak utama untuk menjalankan sebuah usaha supaya para konsumen tetap terus terjaga untuk bisa kembali lagi kepada pedagang tersebut, dan meningkatkan pembelian dari sebelumnya.<sup>31</sup>

Persamaan penelitian dari Anwar Rusdi dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam pedagang yang ada di pasar. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pengambilan tokoh yang menjadi dasar penggalan data, jika dalam penelitian Anwar Rusdi menggunakan tokoh Yusuf Qardhawi maka penelitian ini menggunakan tokoh Beekun dalam menganalisis data. Selain itu objek penelitian ini menggunakan bawang merah sebagai objek penelitian.

Penelitian dari Muthmainnah dengan judul skripsi “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh.” Menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam

---

<sup>31</sup> Anwar Rusdi, “Analisis Perilaku Pedagang Pasar Songgolangit Ponorogo dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Yusuf Al-Qaradhawi,” Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019), ii.

yang dijalankan di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh belum sepenuhnya dijalankan, terutama dari segi tanggung jawab dan kebenaran, kebajikan, kejujuran yang masih mementingkan keuntungan semata.<sup>32</sup>

Persamaan, sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islam pada pedagang di pasar, perbedaannya adalah penelitian oleh Muthmainnah yang mengambil objek penelitian keseluruhan pedagang di pasar sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah mengambil objek yang lebih spesifik yaitu pedagang bawang merah saja.

Penelitian dari Ayu Rahmah Hayati dengan judul skripsi “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Jual Beli Meubel Di Ud. Wono Salam Paju Ponorogo”. Menyatakan bahwa (1) Keterlambatan pembayaran objek barang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yakni tidak amanah, karena pembeli belum sepenuhnya melunasi pembayaran pembelian barang. (2) Pada prakteknya penukaran objek pesanan yang dilakukan tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yakni tidak menepati janji, karena pihak UD. Wono Salam menukarkan secara sepihak. (3) Pihak UD. Wono Salam tidak sesuai dan melanggar beberapa ketentuan yang telah diajarkan dalam etika bisnis Islam, yakni tidak amanah dalam mengemban sebuah tanggung jawab.<sup>33</sup>

Penelitian dari Muhammad Luqman Charis dengan judul skripsi “Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap persaingan harga daging sapi di Desa Jetis Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo.” Menyatakan bahwa menurut

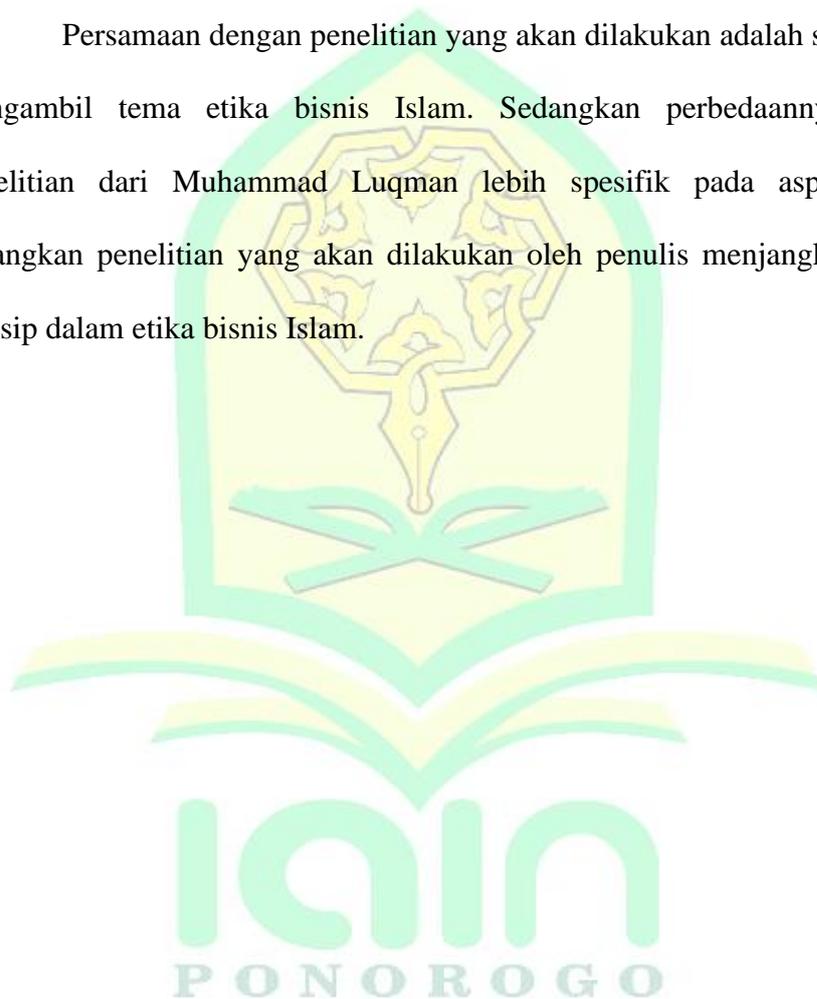
---

<sup>32</sup> Muthmainnah, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh,” Skripsi (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2019), xiv.

<sup>33</sup> Ayu Rahmah Hayati, “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Praktek Jual Beli Meubel di Ud. Wono Salam Paju Ponorogo,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), v.

analisa Etika Bisnis Islam, transaksi jual beli daging sapi yang ada di Desa Jetis Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo belum sesuai dengan etika bisnis Islam karena adanya persaingan harga antara penjual rumahan dan penjual pasaran yang telah memberikan harga yang berbeda kepada pembeli, selain itu transaksi ini juga mengandung unsur penipuan.<sup>34</sup>

Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama mengambil tema etika bisnis Islam. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian dari Muhammad Luqman lebih spesifik pada aspek harga, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis menjangkau semua prinsip dalam etika bisnis Islam.



---

<sup>34</sup> Muhammad Luqman Charis, “Perspektif Etika Bisnis Islam terhadap persaingan harga daging sapi di Desa Jetis Kecamatan Jetis Kabupaten Ponorogo,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 2.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Berdasarkan jenisnya, maka penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang menggunakan informasi dari sasaran atau subyek penelitian yang biasanya disebut informan atau responden melalui instrumen pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan sebagainya.<sup>1</sup> Obyek utama penelitian ini adalah pedagang bawang merah. Peneliti meneliti etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pedagang bawang merah yang ada di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.

Bila ditinjau dari segi pendekatan penelitian, penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang mana prosedurnya menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dan bukan angka dari orang-orang dan pelaku yang diamati. Metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara dalam mengumpulkan data untuk memberikan gambaran dalam bentuk penyajian laporan penelitian.<sup>2</sup> Sehingga hasil dari penelitian ini menjelaskan penerapan etika bisnis Islam pedagang bawang merah.

---

<sup>1</sup> Mukhtar, *Metode Praktis Deskriptif Kualitatif* (Jakarta :Referensi, 2013), 4.

<sup>2</sup> Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 11.

## B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah pemilihan tempat tertentu yang berhubungan langsung dengan kasus dan situasi masalah yang akan diteliti.<sup>3</sup> Penelitian ini dilakukan di Pasar Kedungbanteng yang terletak di Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Ponorogo. Pasar ini memiliki tempat yang strategis karena letaknya yang berada di pinggir jalan raya yang merupakan jalur utama perbatasan Ponorogo-Magetan. Pasar Kedungbanteng merupakan salah satu pasar terbesar yang ada di wilayah Sukorejo dengan daya beli bawang merah yang cukup tinggi. Di Pasar Kedungbanteng terdapat beberapa pedagang yang disinyalir melakukan penyimpangan etika bisnis Islam. Praktik transaksi yang dilakukan dapat merugikan salah satu pihak dalam kegiatan jual beli.

## C. Data dan Sumber Data

### 1. Data

Data kualitatif adalah data yang berupa pendapat (pernyataan) atau *judgement* sehingga tidak berupa angka akan tetapi berupa kata-kata atau kalimat. Data kualitatif diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi atau observasi lapangan yang telah dituangkan dalam bentuk transkrip. Pada penelitian ini data yang dibutuhkan yaitu:

- a. Praktik transaksi perdagangan bawang merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Data ini bersumber dari pedagang bawang merah dan pembeli bawang merah

---

<sup>3</sup> Afifudin dan Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 91.

baik bawang merah kemasan maupun bawang merah yang pembelinya memilih sendiri bawang merah.

- b. Penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Data yang dapat diperoleh bersumber pada pedagang bawang merah secara mendalam dan beberapa dari pembeli bawang merah.

## 2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Untuk mendapatkan data yang valid pada penelitian ini dilakukan wawancara dan observasi terhadap transaksi perdagangan bawang merah di Pasar Kedungbanteng dengan cara mencatat dan merekamnya. Wawancara dengan beberapa informan yaitu:

- a. Pedagang bawang merah kemasan
- b. Pedagang bawang merah kiloan
- c. Pembeli bawang merah

## D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dengan hasil berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian, yaitu pedagang bawang merah baik pedagang eceran yang menjual bawang merah secara kemasan kiloan secara langsung maupun pedagang besar dan pembeli bawang merah yang ada di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Transaksi penjualan bawang merah antara pedagang dan pembeli juga menjadi poin utama dalam kegiatan observasi penelitian ini, serta penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan pedagang dalam melayani pembeli.

b. Wawancara

Proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka yaitu media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa pedoman. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian.<sup>5</sup> Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara terstruktur yang bersifat fleksibel

---

<sup>4</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2015), 32.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 31.

dimana akan dilakukan wawancara langsung kepada pedagang bawang merah baik pedagang besar maupun pedagang eceran yang mengemas bawang merah dalam kemasan kiloan langsung dan pembeli di Pasar Kedungbanteng dengan rangkaian pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti. Rangkaian pertanyaan bisa bertambah sesuai dengan obyek penelitian secara otodidak.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah mencari data mengenai suatu hal yang berasal dari pihak lain yang berupa catatan, buku, dan surat kabar.<sup>6</sup> Dalam hal ini peneliti mengumpulkan dokumentasi untuk melengkapi data-data dan dokumentasi berupa sejarah Pasar Kedungbanteng, visi dan misi Pasar Kedungbanteng, struktur organisasi Pasar Kedungbanteng.

## E. Teknik Pengolahan Data

Data yang diperoleh baik dari lapangan maupun kepustakaan diolah menjadi tiga tahapan yaitu:

1. *Editing*

*Editing* merupakan memeriksa kembali data-data yang telah ditemukan dari segi kelengkapan, kejelasan makna, keterbacaan, kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, relevansi dan keseragaman satuan atau kelompok data.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 188.

<sup>7</sup> Masri Singaribuan dan Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survey* (Jakarta, LP3IES, 1981), 191.

## 2. *Organizing*

*Organizing* yaitu menyusun data yang sekaligus mensistematis data-data yang diperoleh dalam rangka paparan yang sudah direncanakan sebelumnya sesuai dengan permasalahannya.<sup>8</sup>

## 3. Analisis Data

Analisis kelanjutan terhadap hasil kelanjutan terhadap hasil pengorganisasi masing-masing data sehingga memperoleh kesimpulan-kesimpulan sebagai jawaban dari pernyataan rumusan masalah.<sup>9</sup> Dari pertanyaan-pertanyaan rumusan masalah dalam hal ini penulis mengumpulkan teori tentang etika bisnis Islam kemudian menganalisis antara teori tersebut dengan kenyataan yang terjadi di lapangan.

## F. Teknik Analisis Data

Ada tiga unsur utama dalam proses analisis data pada penelitian kualitatif, yaitu: sajian data (*display*), reduksi data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

### 1. Sajian data/*Display*

Sajian data merupakan suatu susunan informasi yang memungkinkan dapat ditariknya suatu kesimpulan penelitian. Dengan melihat sajian data, peneliti akan memahami apa yang terjadi serta memberikan peluang bagi peneliti untuk mengerjakan sesuatu pada analisis atau tindakan lain berdasarkan pemahamannya. Pada dasarnya sajian data dirancang untuk menggambarkan suatu informasi secara sistematis dan

---

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1990), 24.

<sup>9</sup> Ibid.

mudah dilihat serta dipahami dalam bentuk sajian keseluruhan sajiannya.

## 2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, membuat fokus, menyederhanakan dan abstraksi dari data kasar yang ada dalam catatan lapangan. Proses ini berlangsung terus sepanjang pelaksanaan penelitian, berupa singkatan, pembuatan kode, memusatkan tema, membuat batasan persoalan, dan menulis memo.

## 3. Penarikan Kesimpulan

Sejak awal pengumpulan data peneliti harus sudah memahami makna-makna dari sesuatu hal yang ditemui di lapangan. Dengan adanya catatan-catatan dan dokumen-dokumen yang menjadi sajian informasi yang telah disaring dan dikelompokkan.<sup>10</sup>

## G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Ada beberapa dalam teknik pengecekan keabsahan data, yaitu kredibilitas, transferabilitas, auditabilitas (dependabilitas), dan konfirmabilitas. Berbagai teknik ini dapat dipilih salah satu atau lebih untuk mencapai keabsahan data. Oleh karena itu, peneliti harus menampilkan kejujuran. Menipulasi data akan berakibat keabsahan data dan kurang keilmiahannya.<sup>11</sup>

### 1. Kredibilitas, meliputi aneka kegiatan yaitu:

<sup>10</sup> Effi Aswita Lubis, *Metode Penelitian Pendidikan*, Metode Penelitian Pendidikan (Medan: UNIMED Press, 2012), 139-140.

<sup>11</sup> Suwardi Endraswara, *Metode, Teori, Teknik Penelitian kebudayaan: Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Puataka Widyatama, 2006 ), 111-112.

- a. Memperpanjang cara observasi, agar cukup waktu untuk mengenal responden, lingkungannya dan kegiatan serta peristiwa-peristiwa yang terjadi. Hal ini juga sekaligus untuk mengecek informasi, agar dapat diterima sebagai orang dalam.
  - b. Pengamatan terus menerus, agar penelitian dapat melihat sesuatu secara cermat, terinci dan mendalam, sehingga dapat membedakan mana yang bermakna dan tidak.
  - c. Member-check artinya mengulang setiap akhir wawancara, agar diperiksa subyek.
2. Transferabilitas, yaitu merupakan validitas eksternal berupa keteralihan. Yakni, sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan atau disejajarkan pada kasus daerah lain. Kemiripan antar subyek dan data penelitian merupakan indikator adanya kemungkinan transferabilitas. Berarti di antara dua budaya atau lebih memiliki persamaan tertentu.
  3. Auditabilitas dan Dependabilitas (reliabilitas) merupakan konsisten, atau sekurang-kurangnya ada kesamaan hasil bila diulang oleh penelitian lain. Dalam penelitian ini sering tidak melakukan proses penelitian ke lapangan, tetapi bisa memberikan data.
  4. Konfirmabilitas hampir sama dengan dependabilitas yaitu menguji hasil proses penelitian. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian maka penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmabilitas. Oleh karena itu kedua pengujian ini seringkali dilakukan bersama.

## BAB IV

### DATA DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Pasar Kedungbanteng

Pasar Desa Kedungbanteng menjadi salah satu sektor Pendapatan Asli Desa (PADes) yang terbesar di wilayah Desa Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Pasar yang berlokasi di Dukuh Tambang Desa Kedungbanteng ini, memiliki sejarah yang panjang dan banyak tantangannya. Sebelum ada Pasar Desa Kedungbanteng, lokasi terdahulu yang menjadi pusat perekonomian warga sekitar adalah Pasar Desa Sukosari (Pasar Danyang) Kecamatan Babadan Kabupaten Ponorogo. Pasar tersebut sudah ada sejak zaman kependudukan kolonial Belanda (Indonesia masih menggunakan nama Hindia Belanda). Lebih lanjut, lokasi Pasar Danyang ini berada di Timur Jembatan Danyang. Sedangkan embrio dari Pasar Desa Kedungbanteng adalah kios-kios yang berada di sebelah barat Jembatan Danyang. Dari letak posisi inilah, Pasar Desa Kedungbanteng seolah melakukan *rivalitiy market* dengan cara menumpang keramaian Pasar Danyang yang berada di timur Jembatan Danyang.<sup>1</sup>

Pada tahun 2000 awal, penduduk mulai membangun kios-kios pribadi di atas tanah Kas Desa Kedungbanteng. Situasi tersebut membuat Pemerintah Desa Kedungbanteng berpikir untuk menjadikan lokasi

---

<sup>1</sup> <http://pasardesakedungbantengponorogo.blogspot.com/>, diakses pada tgl 30 Maret pukul 18.50 WIB

tersebut sebagai pasar desa. Awalnya para petugas pasar tersebut hanya 3 orang yang dipilih oleh Kepala Desa Kedungbanteng pada waktu itu. Sistem setoran ke desa pun hanya sebatas setor berapapun hasilnya dalam satu bulan. Sehingga belum ada pembukuan administrasi yang baik untuk melaksanakan kegiatan administratif sebuah lembaga berwujud Pasar.

Lebih lanjut, kegiatan seperti itulah yang tetap dilakukan bertahun-tahun sampai pada puncaknya terjadi bencana alam banjir bandang yang menenggelamkan Kabupaten Ponorogo pada umumnya, serta pada khususnya wilayah Desa Kedungbanteng (Barat Jembatan) dan Desa Sukosari (Timur Jembatan). Bencana tersebut juga menenggelamkan jembatan lama yang dulunya merupakan jembatan besar penghubung jalur kedua desa tersebut. Sehingga dengan adanya peristiwa tersebut, Pemerintah Desa Kedungbanteng bersama dengan Tokoh Masyarakat melaksanakan pertemuan rembug untuk membahas tentang kelanjutan kegiatan pasar yang telah rusak oleh banjir bandang.<sup>2</sup>

Dari hasil rembug tersebut, disepakatinya pembangunan kembali pasar yang telah rusak tersebut dengan meletakkannya pada lokasi sebelah barat lokasi pasar Desa Kedungbanteng yang lama. Secara kebetulan, jalur lama yang menghubungkan kedua desa tersebut putus akibat jembatan yang roboh. Dengan sisa jalur yang ada, pemerintah daerah membuat terobosan untuk membangun jalan baru yang menghubungkan Desa Kedungbanteng dengan Kecamatan Sukorejo.

---

<sup>2</sup> Ibid.

Kemudian jembatan lama yang telah putus tersebut dibangun kembali dengan meletakkannya pada sebelah utara jembatan lama.

Seiring dengan berkembangnya waktu, Pasar Desa Kedungbanteng mulai dibangun secara besar-besaran. Dengan berbekal dana kucuran dari PNPM Tahun 2007 dan 2009, menjadikan bangunan infrastuktur Pasar semakin besar dan layak untuk dijadikan tempat bertransaksi jual beli. Dengan perkembangan tersebut juga diiringi kemunduran minat pembeli yang dulunya banyak berada di Pasar Danyang (Timur Jembatan), beralih ke Pasar Desa Kedungbanteng. Sepinya pembeli ini diakibatkan secara tidak langsung lokasi jembatan yang dulunya melewati poros jalan Pasar Danyang, sekarang tidak lagi melewati pasar tersebut. Sehingga hal ini mempengaruhi pendapatan para penjual yang berada di Pasar Danyang dan pada akhirnya para penjual tersebut banyak yang beralih ke Pasar Desa Kedungbanteng.

Dari pembangunan Pasar Desa Kedungbanteng ini, terkadang masih banyak sebagian besar masyarakat yang menjuluki pasar tersebut sebagai pasar Danyang. Padahal Pasar Danyang adalah Pasar Desa disebelah Pasar Desa kedungbanteng atau lebih tepatnya pasar yang berada di timur Jembatan Danyang. Sehingga Pemerintah Desa Kedungbanteng berinisiatif untuk menamai pasar desanya dengan sebutan Pasar Baru Desa Kedungbanteng.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Ibid.

## 2. Visi dan Misi Pasar Kedungbanteng

### a. Visi:

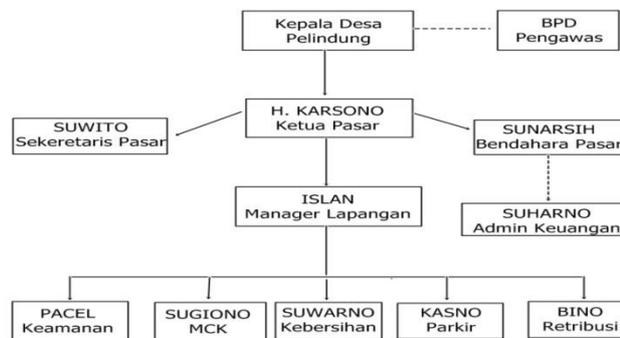
Pasar Desa Kedungbanteng sebagai aset pemerintah desa yang bermanfaat secara optimal bagi masyarakat Desa Kedungbanteng.

### b. Misi:

Pasar Desa Kedungbanteng merupakan sarana berniaga, sarana menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan serta tempat rekreasi bagi masyarakat Desa Kedungbanteng dan sekitarnya sekaligus pasar kebanggaan bagi pemerintah desa dan masyarakat Desa Kedungbanteng.

## 3. Struktur Organisasi Pasar Kedungbanteng

Adapun struktur organisasi Pasar Kedungbanteng adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1

Struktur Organisasi Pasar Kedungbanteng

## **B. Data Penelitian**

### **1. Praktik Transaksi Pedagang Bawang Merah di Pasar Kedungbanteng**

Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo buka pada hari pasaran Wage dan Legi. Dalam satu minggu Pasar Kedungbanteng beroperasi dua sampai tiga kali. Pasar Kedungbanteng termasuk pasar yang diminati oleh petani bawang merah yang ingin menjual bawang merah di kawasan Kecamatan Sukorejo bagian utara dan sekitarnya. Hal ini dikarenakan lokasi Pasar Kedungbanteng yang strategis terletak dipinggir jalan raya, sehingga memudahkan akses bagi masyarakat yang ingin membeli kebutuhan sehari-hari seperti bawang merah.

Pedagang bawang merah yang ada di Pasar Kedungbanteng dapat ditemui pada pedagang yang menjual aneka sayuran dan pedagang bawang merah yang menjual langsung secara kemasan dengan tiap kemasan memiliki berat satu kilogram. Pedagang bawang merah yang melakukan pengemasan secara langsung dilakukan karena beberapa faktor, diantaranya adalah faktor tempat, faktor efektivitas dan faktor harga. Pada faktor tempat, para pedagang yang menjual bawang merah yang dikemas langsung mereka memanfaatkan lapak pedagang yang kosong kemudian ditempati untuk dilakukan penjualan. Penjualan yang dilakukan dengan menata kemasan dengan berjajar dan ditumpuk, sehingga memerlukan tempat yang tidak banyak. Pada faktor efektivitas,

pengemasan secara langsung bawang merah dilakukan karena pembeli lebih suka praktis tanpa memilih satu per satu bawang merah karena memerlukan waktu yang lama dalam pembelian dalam skala yang banyak.<sup>4</sup>

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bu Sipon bahwa lebih suka membeli langsung dalam satu kemasan tanpa memilih satu per satu karena terlalu lama jika harus memilih satu per satu. Pada faktor harga, pedagang eceran ini melakukan penjualan langsung karena ketika mereka menjualnya ke pedagang besar harganya lebih murah apalagi ketika pedagang masih memiliki stok yang banyak. Hal tersebut juga ditentukan oleh kualitas bawang merah. Biasanya pedagang besar lebih menyukai bawang merah yang memiliki ukuran yang besar atau biasa disebut super. Sehingga pengecer yang memiliki bawang merah ukuran tanggung kecil melakukan penjualan sendiri melalui kemasan.

Waktu berjualan pedagang bawang merah yang langsung dikemas ini beragam, ada yang datang pagi sekali dan ada yang datang lebih siang. Pada umumnya aktivitas pedagang yang ada di Pasar Kedugbanteng dimulai pukul 06.00 WIB sudah banyak pedagang yang datang. Biasanya pengecer bawang merah melalui kemasan bergantian dengan lapak pedagang lain yang datangnya lebih siang, dalam artian mereka memanfaatkan lapak yang kosong untuk ditempati sementara.

---

<sup>4</sup> Indah, *Observasi*, 29 Juli 2021

Dalam kegiatan transaksi jual beli, ada beberapa patokan etika yang dianjurkan dalam Islam diantaranya adalah:

a. Kewajiban bersikap jujur

Dalam transaksi jual beli bawang merah, Bu Sipon selaku pembeli bawang merah berkata “Sejauh ini tidak. Kalau bawang merah kering ya kering, kalau belum kering ya belum kering. Ya barangnya itu bagus.” Hal tersebut juga diungkapkan oleh Bu Siti Maryam yang menjelaskan kondisi bawang merah yang dijual melalui kemasan apakah isinya sesuai dengan apa yang ditawarkan dalam petikan wawancara “Sampai saat ini masih sesuai. Mungkin kalau belinya bawang merah campur itu ya bawang merahnya campur ada yang besar dan ada yang kecil. Tapi itu tergantung penjualnya juga, misalkan membeli bawang merah yang besar-besar langsung dalam kemasan.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pedagang bawang merah yang ada di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo telah melakukan sikap jujur dalam transaksi jual beli bawang merah. Bawang merah yang ditawarkan kepada pembeli sesuai dengan kondisi yang ada.

b. Kewajiban bersikap amanah

Dalam transaksi jual beli bawang merah, terdapat pembeli yang pernah merasa dirugikan oleh pedagang, hal tersebut terdapat dalam hasil wawancara dengan Bu Siti Maryam, mengatakan

“Pernah. Karena bukan langganan saya, tetapi ya sudah karena sudah terjadi dan yang salah diri saya sendiri ya harus sadar diri ketika kita mau membeli dan sudah terjadi akad ya sudah itu resiko yang menanggung pembeli. Hanya saja itu merugikan pihak pembeli sehingga hal itu saya jadikan sebagai pengingat saja supaya di lain waktu saya harus lebih teliti dalam memilih kualitasnya”<sup>5</sup>

Pada observasi, dijumpai pedagang yang tidak menepati janji kepada petani yang menjual bawang merah kepada pedagang tersebut. Pedagang menjanjikan akan membayar bawang merah di akhir kegiatan pasar. Ketika diminta, pedagang tersebut memberikan uangnya tetapi tidak sesuai dengan kesepakatan harga di awal akad dengan dalih pembeli menawar dengan harga yang murah sehingga harga kesepakatan diturunkan.<sup>6</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa pedagang kurang memiliki sifat amanah. Dalam berdagang yang dipegang adalah ucapannya. Ketika seseorang memiliki sifat amanah maka apa yang diucapkan pada awal kesepakatan dapat konsisten.

c. Berpegang teguh pada nasihat dan menjauhi penipuan

Berdasarkan hasil observasi bahwa pedagang bawang merah telah berpegang teguh pada nasihat dan menjauhi penipuan. Pedagang tetap memberikan harga pada umumnya kepada siapapun pembelinya. Baik pembeli yang awam maupun pembeli yang sudah sering mengerti harga pasar. Pedagang bawang merah tidak

---

<sup>5</sup> Siti Maryam, *Wawancara*, 29 Juli 2021

<sup>6</sup> Indah, *Observasi*, 07 September 2021

memanfaatkan ketidaktahuan pembeli untuk melakukan penipuan dengan melambungkan harga. Akan tetapi pada proses pembentukan harga melalui tawar menawar harga, jika pembeli menginginkan harga yang lebih murah bisa melakukan penawaran agar terbentuknya kesepakatan harga sesuai dengan keridhaan penjual maupun pembeli.<sup>7</sup>

Berdasarkan hasil observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa pedagang bawang merah telah berpegang teguh pada nasihat dan menjauhi penipuan. Meskipun pembeli adalah orang awam, pedagang bawang merah tidak memanfaatkan kesempatan dengan melambungkan harga.

d. Menghindari *najasy*

Pedagang bawang merah dalam menawar barang dagangan dari petani maupun pemasok menggunakan prinsip saling *ridho*. Dalam hal ini pedagang menawar dengan harga yang sesuai dengan keadaan pasar saat itu, apabila harga sedang mengalami kenaikan maka pedagang juga akan menaikkan harga bawang merah. Begitu pula sebaliknya apabila harga bawang merah sedang turun atau *anjlok* maka pedagang juga akan membeli bawang merah dengan harga yang rendah. Berbeda ketika daya beli pasar yang rendah dengan harga yang rendah pula, biasanya pedagang tidak menerima barang dagangan.

---

<sup>7</sup> Indah, *Observasi*, 07 September 2021

Apabila proses tawar menawar dalam kesepakatan penentuan harga oleh pedagang tidak disetujui oleh petani maka pedagang tidak akan memaksa untuk menjual bawang merah kepada pedagang tersebut dan membiarkan petani maupun pemasok untuk menawarkan bawang merah kepada pedagang yang lain. Tanpa adanya kompromi untuk merekayasa transaksi jual beli. Yang sering terjadi di pasar, biasanya dua atau tiga pedagang berkompromi menentukan harga. Apabila setuju maka ketiga pedagang tersebut juga akan membelinya.<sup>8</sup>

Berdasarkan hasil observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa pedagang bawang merah tidak melakukan praktik *najasy* dalam berdagang. Transaksi penjualan dilakukan atas dasar saling *ridha* antara petani atau pemasok dengan pedagang.

e. Menjauhi persaingan tidak sehat

Strategi penjualan yang dilakukan oleh pengecer bawang merah kemasan adalah dengan mematok harga yang lebih miring dari harga pedagang besar. Hal tersebut menjadi ciri khas bagi para pembeli yang membeli bawang merah yang langsung dikemas biasanya harganya lebih murah karena barang dagangan yang dijual adalah milik sendiri dari hasil panen. Bu Siti Maryam berkata “Pengecer kiloan bawang merah biasanya minimal harganya selisih

---

<sup>8</sup> Indah, *Observasi*, 07 September 2021

sepuluh persen dari harga pada umumnya.”<sup>9</sup> Hal senada juga dikatakan oleh Bu Sipon “Bawang merah kemasan, karena harganya lebih miring.”<sup>10</sup>

Hal ini karena pembeli sudah hafal dengan penjual yang menjual bawang merah dengan dikemas secara langsung. Oleh karena itu mereka menawar dengan harga yang murah dengan alasan bahwa bawang merah tersebut miliknya sendiri bukan dari hasil kulakan. Sehingga hal tersebut berbeda dengan pedagang besar yang merupakan tangan ke sekian dari tangan pertama, yaitu petani. Harga bawang merah yang dijual oleh pedagang besar yang ada di pasar cenderung kompak.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat persaingan harga bawang merah antara bawang merah kemasan dengan bawang merah yang dijual oleh pedagang besar. Pedagang bawang merah kemasan mematok harga yang lebih miring, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan adanya persaingan harga. Namun masih dalam persaingan yang normal antar pedagang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada praktik transaksi pedagang bawang merah secara umum sudah dilakukan dengan baik, meskipun masih terdapat beberapa pedagang yang belum sepenuhnya memahami dan menjalankan praktik transaksi sesuai ajaran Islam, terutama pada sikap amanah dan persaingan harga.

---

<sup>9</sup> Siti Maryam, *Wawancara*, 29 Juli 2021

<sup>10</sup> Sipon, *Wawancara*, 29 Juli 2021

## 2. Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam pada Pedagang Bawang Merah

Dalam penelitian ini, terdapat 5 prinsip etika bisnis Islam, yaitu tauhid, adil, *freewill*, *responsibility*, dan ihsan.

### a. Tauhid

Prinsip tauhid yang ditunjukkan oleh pedagang bawang merah kemasam berkata “Saya percaya bahwa rejeki itu sudah ada yang mengatur, jadi saya tidak khawatir kalau dagangan saya tidak laku.”<sup>11</sup> Hal tersebut juga diperkuat dengan hasil wawancara kepada Bu Sanem “Kalau ndak laku dijual lagi besok, pasar e keadaannya juga sepi. Pokoknya ya disyukuri rejekinya segini. Besok siapa tau laris, rejeki sudah ada yang ngatur.”<sup>12</sup>

Berdasarkan hasil observasi, kegiatan perdagangan yang ada di Pasar Kedungbanteng berakhir di waktu dhuhur. Biasanya jam 12.00 sudah banyak pedagang yang pulang. Sebelum itu banyak pedagang yang sudah meninggalkan area pasar selain waktunya juga bisa dikarenakan kondisi pasar sudah sepi. Sehingga dalam penerapan prinsip tauhid berupa pelaksanaan sholat wajib, para pedagang mengutamakan ibadah. Terbukti dengan berakhirnya kegiatan berdagang setelah memasuki waktu sholat dhuhur.<sup>13</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dan hasil observasi tersebut disimpulkan bahwa pedagang tersebut percaya adanya Tuhan yang

---

<sup>11</sup> Sumini, *Wawancara*, 29 Juli 2021

<sup>12</sup> Sanem, *Wawancara*, 29 Juli 2021

<sup>13</sup> Indah, *Observasi*, 29 Juli 2021

membagi rizki dan ketika masuk waktu sholat dhuhur semua kegiatan perdagangan telah berhenti, sehingga dapat diketahui bahwa pedagang bawang merah dapat menerapkan prinsip tauhid dengan baik.

b. Adil

Adil dalam berdagang diwujudkan dengan takaran dan timbangan yang sesuai. Sehingga baik penjual maupun pembeli dapat merasakan saling menguntungkan tidak ada yang dicurangi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Sinem, pedagang bawang merah yang membawa beserta timbangannya mengatakan “Timbangan e beres, kalau mau mencurangi ya mana bisa.”<sup>14</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pembeli mengungkapkan “Kalau saya belinya kiloan. Jadi, saya beli baru saya cek kalau ternyata kurang maka saya ya minta yang jual minta tambahan.”<sup>15</sup>

Sedangkan hasil wawancara dengan Bu Sumini, pedagang bawang merah yang menjual secara kemasan langsung berkata

“Kalau mau mengemas itu ya dikemas plastik baru ditimbang. Kalau kurang ya tak tambahi. Kalau sudah ada di dalam kemasan trus dibeli orang kalau ditimbang ada lebih sekilo ya terserah. Pokoknya saya jualnya sudah kemasan seperti ini. Dari rumah dikemas menggunakan plastik seumpama ada lebihnya ya biar diambil yang beli kalau kurang ya bagaimana. Kadang orang menimbang itu ada yang kelebihan ada yang kekurangan. Aku sendiri juga kalau beli katanya sekilo sampek

---

<sup>14</sup> Sanem, *Wawancara*, 29 Juli 2021

<sup>15</sup> Siti Maryam, *Wawancara*, 29 Juli 2021

rumah tak timbang ndak ada sekilo. Umum mawon kalau aku bilang ya sama saja.”<sup>16</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pedagang bawang merah masih ada yang belum menerapkan sifat keadilan dalam berdagang, ketika ada kelebihan bawang merah dibiarkan saja ketika kurang juga dibiarkan saja. Seorang pembeli yang tidak melakukan pengecekan dahulu dengan menimbang sebelum membeli tidak akan tahu apakah bawang merah tersebut sudah sesuai takaran dan timbangannya ini berlaku untuk bawang merah yang langsung dikemas. Untuk bawang merah yang sudah ada timbangan di lokasi sudah menerapkan prinsip keadilan dalam takaran dan timbangan karena kedua pihak sama-sama melihat timbangan sudah pas atau belum.

c. *Freewill*

Kebebasan dalam berdagang dapat dilihat dari barang dagangan yang dijual bebas apa saja yang penting halal. Hal tersebut dilakukan oleh pedagang bawang merah yang menjual bawang merah dari kulakan pedagang yang lain maupun kulakan dari petani yang membawa hasil panen ke pasar kemudian dijual kepada pedagang.<sup>17</sup> Dalam menentukan harga, pedagang bebas menentukan harga bawang merah sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran juga menurut harga secara umum yang ditawarkan oleh rata-rata pedagang

---

<sup>16</sup> Sumini, *Wawancara*, 29 Juli 2021

<sup>17</sup> Indah, *Observasi*, 29 Juli 2021

bawang merah. Seperti dalam petikan wawancara oleh Bu Sinem yang mengatakan “Umumnya sekarang bagaimana, kalau bawang merah yang belum kering 25 ribu kalau yang kering 28 ribu.” Sedangkan pada pedagang bawang merah yang melakukan pengemasan secara langsung harga ditentukan dari proses tawar menawar, meskipun harganya sedikit dibawah harga pedagang pasar tetap diberikan karena prinsipnya bagaimana hasil jualan cepat habis.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa para pedagang bawang merah bebas menjual bawang merah. Bawang merah yang dijual diperoleh dari hasil kulakan maupun hasil panen sehingga bawang merah tersebut diperoleh dengan cara yang benar. Pedagang juga bebas menetapkan harga sesuai dengan kekuatan permintaan dan penawaran.

d. *Responsibility*

Pertanggungjawaban dapat dilihat dari bagaimana pedagang bertindak dalam aktivitas perdagangan. Karena segala perbuatan manusia pada hakikatnya akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah. Berdasarkan hasil observasi di lapangan ditemukan bahwa terdapat pedagang yang mencampurkan bawang merah yang berbeda kualitas yaitu bawang merah yang belum kering dengan bawang merah yang kering kemudian diberikan harga yang sama.<sup>18</sup> Sedangkan pedagang bawang merah yang langsung dikemas

---

<sup>18</sup> Indah, *Observasi*, 29 Juli 2021

mencampurkan bawang merah dalam satu kemasan dengan berbagai ukuran baik yang besar, sedang, maupun kecil. Bu Sumini mengakui “Dicampur, panenannya ya seperti ini ya apa adanya setelah dipotong di *ler* mau berangkat baru dikemas. Nggak pilih-pilihan pokoknya besar kecil ya dicampur. Karena panenannya kali ini nggak begitu baik, jadi besar kecil ya dicampur.”

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut pedagang bawang merah masih kurang memahami tentang prinsip *responsibility* dengan baik.

e. Ihsan

Sikap ihsan dalam berdagang dapat diwujudkan dalam keramahan pedagang dalam melayani pembeli. Dalam penerapan prinsip ihsan hasil wawancara dengan Bu Sinem mengungkapkan, “Ramah, kalau pembeli lewat barang daganganku tak tawarkan dengan baik. Apa yang diinginkan pembeli segera tak tanyakan.”<sup>19</sup> Hal tersebut senada dengan apa yang disampaikan oleh Bu Sumini “Ditawarane, kalau ada pembeli yang lihat pas lewat sekiranya pengen beli ya tak tawarkan.”<sup>20</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pedagang bawang merah baik pedagang yang menjual secara kemasan maupun yang menjual dengan memilih bawang merah sendiri dapat

<sup>19</sup> Sinem, *Wawancara*, 29 Juli 2021

<sup>20</sup> Sumini, *Wawancara*, 29 Juli 2021

memahami prinsip ihsan dengan baik. Dibuktikan dengan keramahan yang ditunjukkan kepada pembeli dalam melayani kebutuhan pembeli.

### **C. Analisis Data**

#### **1. Analisis Praktik Transaksi Pedagang Bawang Merah di Pasar Kedungbanteng**

Pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng terdapat pedagang yang menawarkan bawang merah dalam bentuk kemasan secara langsung dan pedagang bawang merah yang menawarkan bawang merah yang diletakkan pada suatu wadah kemudian pembeli bebas memilih bawang merah. Bawang merah memiliki tingkat fluktuasi yang tinggi dalam sepekan harga bisa berubah-ubah sesuai dengan kondisi pasar dan sesuai dengan stok bawang merah. Rata-rata ketika musim panen raya harga bawang cenderung turun. Hal tersebut menyebabkan banyaknya pengecer dari petani yang melakukan penjualan mandiri dengan mengemasi bawang merah secara langsung per kilo. Pengecer ini sering ditemui menempati di lapak kosong pedagang maupun berkeliling menawarkan barang dagangannya satu per satu kepada pembeli secara langsung.

Praktik transaksi pedagang bawang merah pada kewajiban bersifat jujur, telah dilakukan dengan baik. Pedagang menawarkan barang dagangan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Tanpa kejujuran semua hubungan termasuk dengan hubungan bisnis tidak akan berjalan lama. Padahal dalam prinsip berbisnis interaksi yang memberikan keuntungan

sedikit tetapi berlangsung berkali-kali lebih baik daripada untung banyak tetapi sekali, dua kali atau tiga kali.<sup>21</sup> Pedagang yang menerapkan kejujuran dalam berdagang menjelaskan kondisi barang secara jujur kepada pembeli. Pembeli dapat merasakan secara langsung bagaimana kondisi bawang merah yang ditawarkan.

Kewajiban bersikap amanah menjadikan transaksi jual beli menumbuhkan rasa saling percaya yang tinggi antara penjual dan pembeli. Sehingga baik penjual maupun pembeli merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi jual beli. Apabila seorang pedagang mampu menjalankan sikap amanah maka dari segi keuntungan, dapat menguntungkan pedagang tersebut. Karena dengan adanya sikap amanah oleh pedagang, dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Pada praktik transaksi jual beli bawang merah di Pasar Kedungbanteng, masih terdapat pedagang yang kurang memahami dan menerapkan sikap amanah dengan baik.

Berpegang teguh pada nasihat dan menjauhi penipuan, dalam hal ini pedagang bawang merah menjalankan transaksi dengan baik. Tidak membedakan pembeli baik pembeli awam maupun pelanggan. Tidak memanfaatkan ketidaktahuan pembeli dengan meninggikan harga agar mendapat keuntungan yang lebih banyak. Pedagang tetap memberikan harga sebagaimana mestinya, sesuai dengan kemampuan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar.

---

<sup>21</sup> Halifah, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran pada Butik Moshait Surabaya," *Jurnal Kajian Bisnis*, 21.

Melakukan *najasy*, sama halnya dengan melakukan rekayasa dalam jual beli dan hal tersebut termasuk tindakan penipuan. Pada pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng, menerapkan transaksi jual beli dengan saling *ridha* dalam proses tawar menawar. Terdapat kebebasan pada pemilik barang dagangan yang tidak terjadi kesepakatan harga. Pedagang tidak memaksa pemilik barang dagangan untuk menjualnya ke pedagang. Pada praktik transaksi penjualan tidak terdapat unsur *najasy* yaitu melakukan rekayasa jual beli. *Najasy* termasuk praktik transaksi jual beli yang dilarang oleh ajaran Islam. Oleh karena itu *najasy* termasuk pada penipuan.

Persaingan tidak sehat, menyebabkan mekanisme pasar tidak berjalan sebagaimana mestinya. Pada praktik transaksi pedagang bawang terdapat persaingan harga antara penjual bawang merah kemasan dengan pedagang besar. Pedagang bawang merah kemasan mematok dengan harga yang lebih murah, sehingga menyebabkan adanya persaingan harga di pasar. Akan tetapi hal ini ditentukan oleh kemampuan permintaan dan penawaran. Persaingan harga murni karena kesepakatan harga antara penjual dan pembeli.

## **2. Analisis Penerapan Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam Pedagang Bawang Merah di Pasar Kedungbanteng**

Dalam menjalankan aktivitas perdagangan, pedagang harus memperhatikan Etika Bisnis Islam yang merupakan pedoman bagi pedagang muslim dalam melakukan transaksi jual beli. Etika bisnis Islam

mengatur agar kedua pihak sama-sama diuntungkan dalam berdagang. Pembeli merasa kebutuhannya terpenuhi dan pedagang bisa mendapatkan keuntungan dari hasil jual beli. Islam menganjurkan adanya keadilan, baik bagi penjual maupun pembeli. Dalam artian antara penjual dan pembeli tidak ada yang merasa dicurangi.

Tauhid hanya cukup dianggap sebagai keyakinan Tuhan hanya satu. Tauhid adalah sistem yang harus dijalankan dalam mengelola kehidupan ini.<sup>22</sup> Hal ini menegaskan tentang keesaan Tuhan, bahwa manusia percaya adanya Tuhan. Tauhid mengantarkan para pelaku ekonomi untuk berkeyakinan bahwa harta adalah titipan, semua yang dimiliki oleh manusia pada dasarnya adalah milik Allah semata. Begitu pula dengan rezeki, manusia wajib berusaha sedangkan Allah yang menentukan serta mengubah nasib manusia. Dalam kegiatan berdagang yang dilakukan oleh pedagang bawang merah yang ada di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo mereka percaya bahwa rezeki sudah ada yang mengatur. Hal ini dapat diketahui bahwa penerapan prinsip tauhid dalam kegiatan berdagang sudah menanamkan kepercayaan adanya Tuhan sebagai pengatur rezeki bagi manusia.

Keseimbangan direfleksikan sebagai bentuk keadilan. Islam menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan melarang berbuat curang.<sup>23</sup> Kecurangan yang dilakukan dapat menimbulkan kehancuran

---

<sup>22</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 78.

<sup>23</sup> Halifah, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran pada Butik Moshaiet Surabaya," 21.

karena hilangnya rasa kepercayaan dari pihak pembeli. Keadilan dalam berdagang diwujudkan melalui kesesuaian takaran dan timbangan. Dalam menakar dan menimbang harus dilandasi dengan kejujuran. Dengan memiliki sifat kejujuran maka kemungkinan untuk melakukan kecurangan dalam penimbangan relatif kecil bahkan tidak ada. Pada kegiatan berdagang, prinsip keseimbangan sangat penting untuk diterapkan. Ini menyangkut keuntungan yang diterima oleh kedua pihak baik penjual maupun pembeli. Pada praktiknya, masih terdapat pedagang yang kurang memahami prinsip keadilan dalam berdagang.

Berdasarkan paparan data yang diperoleh, pedagang bawang merah yang menjual secara kemasan kurang memahami prinsip keadilan dengan baik. Walaupun berjualan dalam bentuk kemasan harus benar-benar memperhatikan takaran dan timbangan yang sesuai. Meskipun wujud timbangan tidak ada tetapi jika dilakukan pengecekan timbangan oleh pembeli dan timbangannya sesuai maka hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pembeli. Berbeda halnya dengan pedagang bawang merah yang membawa beserta timbangannya untuk dijadikan sebagai alat untuk menakar serta menimbang bawang merah. Proses penimbangan dapat disaksikan secara langsung oleh pembeli, sehingga apabila kurang dari sebagaimana mestinya dapat ditambah saat itu juga.

Berdagang merupakan salah satu jalan yang dianjurkan dalam Islam. Seperti dalam ayat al-quran menyebutkan,

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu.” (QS. An-Nisa’ : 29).

Dalam berdagang manusia bebas menjual apa saja, kecuali yang secara jelas dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya.

Dalam al-quran misalnya disebutkan beberapa larangan dalam berbisnis diantaranya adalah jangan mengambil hak orang lain secara batil, jangan melakukan riba, tidak melakukan jual beli saat khatib naik mimbar, tidak melakukan bisnis secara *gharar* dan *maysir*, tidak melakukan perjudian, tidak melakukan bisnis yang dilarang agama, tidak melakukan kecurangan dalam berbagai bentuk misalnya curang dalam mutu, iklan, timbangan dan sebagainya, tidak melakukan kegiatan pemborosan.<sup>24</sup>

Berdasarkan pemaparan data yang diperoleh, pedagang telah menerapkan prinsip *freewill* dengan baik. Pedagang menjual barang dagangan yang diperoleh dari petani yang menjual bawang merah di pasar maupun dari pedagang lain yang memiliki stok lebih banyak. Dari hal tersebut diketahui bahwa pedagang bawang merah menjual barang dagangan yang sesuai dengan syariah melalui jalan yang benar. Dari segi kebebasan dalam menentukan harga, pedagang mematok harga sesuai dengan harga pada umumnya. Tetapi ada juga pedagang yang mematok harga lebih miring, seperti pedagang bawang merah kemasan. Mereka identik mematok harga dengan harga yang murah karena bawang merah

---

<sup>24</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 135.

tersebut merupakan hasil panen sendiri. Hal ini menyebabkan persaingan harga yang tidak etis antar pedagang, sehingga dapat menurunkan nilai daya beli masyarakat.

Manusia diberikan kebebasan dalam berdagang, kebebasan yang dibatasi oleh nilai-nilai agama Islam tentunya bukan kebebasan mutlak. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban, untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan prinsip kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.<sup>25</sup> Sehingga dalam melakukan segala aktivitas berdagang manusia secara naluriah penting untuk menanamkan rasa tanggung jawab.

Wirausahawan muslim haruslah memiliki sifat amanah atau terpercaya dan bertanggungjawab. Dengan sifat amanah wirausaha muslim akan bertanggungjawab atas segala yang dia lakukan dalam hal muamalahnya. Bertanggung jawab dengan selalu menjaga hak-hak manusia dan hak-hak Allah dengan tidak melupakan kewajiban sebagai manusia sosial dan makhluk ciptaan Allah SWT.<sup>26</sup> Dengan menerapkan rasa tanggung jawab, pedagang akan senantiasa berhati-hati dalam

---

<sup>25</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 100.

<sup>26</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbisnis Syariah*, 20.

melakukan transaksi perdagangan. Setelah apa yang dilakukan segala bentuk perbuatan akan dimintai pertanggungjawaban. Tanggung jawab manusia kepada Allah atas kebebasan yang telah diberikan. Dalam melakukan semua kegiatan yang berhubungan dengan transaksi jual beli semuanya harus dipertanggungjawabkan.

Berdasarkan hasil pemaparan data yang telah dilakukan masih terdapat pedagang yang memikirkan keuntungan semata. Mencampurkan barang yang tidak sama kualitasnya tanpa pengetahuan pembeli dan pedagang juga tidak menjelaskan kondisi bawang merah termasuk pada kecurangan. Terdapat pedagang yang mencampur bawang merah yang masih belum kering dan bawang merah yang telah kering. Sehingga hal tersebut menunjukkan perbedaan kualitas bawang merah. Bawang merah yang masih belum kering memiliki kadar air yang lebih tinggi dibandingkan dengan bawang merah yang sudah kering. Pembeli yang jeli dapat membedakan dengan baik mana bawang merah yang sudah benar-benar kering dan bawang merah yang masih belum kering. Namun, untuk pembeli yang tidak jeli, hal tersebut merugikan pembeli karena membeli bawang merah yang tercampur dan berbeda kualitas tingkat kekeringan. Tingkat kekeringan yang maksimal dapat membuat bawang merah lebih tahan lama dibandingkan dengan bawang merah dengan kadar air yang lebih banyak.

Pedagang yang melakukan hal tersebut kurang memiliki rasa tanggung jawab, apabila pedagang tersebut memiliki dan memahami rasa

tanggung jawab sudah semestinya menjelaskan kondisi yang sebenarnya kepada pembeli atau bisa juga dengan membedakan tempat untuk bawang merah yang belum kering dan bawang merah yang sudah kering. Sehingga pembeli menjadi tahu seandainya pedagang tidak menjelaskan kualitas bawang merah yang ditawarkan.

Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun akhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat bahkan makhluk lain seperti binatang, tumbuhan dan alam.<sup>27</sup> Dengan konsep sederhana ihsan artinya berbuat baik demi mendatangkan kemanfaatan. Kemanfaatan jika dihubungkan dengan berdagang yang dimaksud adalah kemanfaatan oleh kedua pihak baik pedagang maupun pembeli.

Dalam berdagang dapat dijumpai dengan melakukan pelayanan yang baik terhadap pembeli. Pelayanan yang baik diwujudkan dalam keramahan yang ditunjukkan pedagang dalam melayani pembeli. Dalam paparan data yang diperoleh, pedagang bawang merah telah menerapkan sikap ihsan dengan baik yaitu bersikap ramah kepada pembeli. Menawarkan barang dagangan dengan baik, menanyakan kebutuhan apa saja yang diinginkan. Meskipun demikian berdasarkan hasil observasi terhadap pedagang yang lain masih ada pedagang yang terpancing emosi karena pembeli yang membandingkan harga dengan pedagang yang lain.

---

<sup>27</sup> Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, 78.

Tak jarang terdapat pedagang yang ikut menyerobot menawarkan barang dagangan (bawang merah) dengan harga yang lebih miring, padahal masih melakukan transaksi jual beli dengan pedagang yang lain. Hal tersebut mencerminkan sikap yang kurang sopan terhadap pedagang yang lain. Karena secara langsung dapat mengubah pemikiran seseorang. Sikap ihsan yang seharusnya diterapkan dan dapat mendatangkan kemanfaatan diabaikan begitu saja. Sehingga ada beberapa pedagang yang sudah memahami prinsip ihsan dengan baik disamping itu masih terdapat pedagang yang kurang memahami prinsip ihsan bahkan mengabaikannya.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Praktik transaksi pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, tetapi secara keseluruhan sudah baik dalam melakukan transaksi jual beli. Dalam hal ini pedagang telah menerapkan transaksi yang sesuai ajaran Islam yaitu kewajiban bersifat jujur, berpegang teguh pada nasihat dan menjauhi penipuan, menghindari *najasy*. Pada kewajiban bersikap amanah dan persaingan tidak sehat masih terdapat pedagang yang belum menerapkan dengan baik.
2. Pengetahuan pedagang mengenai istilah etika bisnis Islam masih terasa asing, sampai saat ini pedagang bawang merah hanya mengetahui cara berdagang secara umum seperti apa yang dilakukan oleh para pedagang yang lain. Dalam penerapan etika bisnis Islam melalui prinsip-prinsip etika bisnis Islam, pedagang bawang merah di Pasar Kedungbanteng sebagian masih ada yang kurang memahami prinsip keseimbangan, prinsip *responsibility* dan prinsip ihsan. Sedangkan pada prinsip tauhid dan *freewill* pedagang telah menerapkannya dengan baik dalam berdagang.

#### B. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan tersebut, peneliti menyarankan:

1. Pedagang

Pedagang bawang merah dalam berdagang dapat meningkatkan penerapan etika bisnis Islam dengan baik. Memerhatikan pembeli dengan bersikap

ramah, jujur dalam berdagang baik dalam menawarkan bawang merah maupun dalam penimbangan serta saling ridho dalam kesepakatan harga.

## 2. Pembeli

Bagi pembeli, dalam melakukan keputusan pembelian pembeli harus jeli dalam memperhatikan kualitas bawang merah



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku

- Abdullah, Ma'ruf. *Wirausaha Berbisnis Syariah*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Afifudin dan Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2009.
- Akhmad, *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007.
- Algifari. *Ekonomi Mikro Teori dan Kasus Edisi Kesatu*. Yogyakarta: STIE YKPN, 2002.
- Alma, Buchari. *Kewirausahaan*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng, 1997.
- Aprianto, Iwan dkk. *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2020.
- Arikunto, Suharsimi *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1990.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Basri, *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2005.
- Beekun, Rafik Isa. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Bertens, K. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 2013.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Depok: Penebar Swadaya, 2012).
- Endraswara, Suwardi. *Metode, Teori, Teknik Penelitian kebudayaan: Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama, 2006.
- Enisari, Ni Komang Aprilia. *Panalaran Abad 21*. Sukabumi: CV Jejak 2020.
- Fauroni, R. Lukman. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006.
- Harahap, Sofyan S. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Haris, Abd. *Etika HAMKA Konstruksi Etik Berbasis Rasional-Religijs*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2010.

- Jawwad, Muhammad Abdul. *Menjadi Manajer Sekses*. Jakarta; Gema Insaini, 2004.
- Lubis, Effi Aswita. *Metode Penelitian Pendidikan*. Medan: UNIMED Press, 2012.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.
- Mukhtar. *Metode Praktis Deskriptif Kualitatif*. Jakarta :Referensi, 2013.
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Cet. ke-2. Jakarta: Kencana, 2007.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Qardhawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Robbani Press, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Halal dan Haram dalam Islam*, terj. Mu''ammal Hamidy, Cet. ke-1. Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2003.
- Rasyid, David *Islam Dalam Berbagai Dimensi*. Jakarta: Gema Insaini Press, 1998.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing*. Jakarta: PtGramedia Pustaka Utama, 2012.
- Singaribuan, Masri dan Sofyan Efendi, *Metode Penelitian Survey*. Jakarta, LP3IES, 1981.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2015.
- Sukirno, Sadono. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Umar, Husein. *Studi Kelayakan dalam Bisnis Jasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sumber Jurnal :
- Alwi Musa Muzaiyin, "Perilaku Pedagang Muslim Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri)." Dalam Jurnal Qawanin, 2018.

Desi Efilianti. “Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil.” Dalam *Esa Jurnal Ekonomi Syariah*, 2018.

Halifah, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Komunikasi Pemasaran pada Butik Moshaiet Surabaya.” Dalam *Jurnal Kajian Bisnis*.

Nirma Kurriawati, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen”, *Jurnal*. 2015.

Sumber Internet:

<http://pasardesakedungbantengponorogo.blogspot.com/>, diakses pada tgl 30 Maret pukul 18.50 WIB

<https://mirzasayuti02.blogspot.com/2019/makalah-ruang-lingkup-etika-bisnis-islam.html> di akses pada 11 Pebruari 2020



