

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI
DI PASAR TRADISIONAL DOLOPO MADIUN

SKRIPSI



Oleh:

Aprilya Mahfudhoh

NIM. 401180157

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

2022

ABSTRAK

Mahfudhoh, Aprilya. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dolopo Madiun. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Said Abadi, Lc., M.A.

Kata kunci: Etika bisnis Islam, transaksi jual beli, pedagang, pasar tradisional.

Penelitian ini berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dolopo Madiun” yang dilatarbelakangi oleh fenomena yang menunjukkan berbagai penyimpangan dalam kegiatan transaksi jual beli oleh pedagang di Pasar Dolopo Madiun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam yang ada di Pasar Dolopo Madiun.

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Madiun, Kecamatan Dolopo, Provinsi Jawa Timur. Sumber data yang digunakan terbagi menjadi dua, yakni sumber data primer yang didapatkan secara langsung dari informan dan sumber data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur yang relevan dengan pembahasan penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi untuk selanjutnya data yang terkumpul dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ditinjau dari kelima unsur etika transaksi syariah yang antara lain haram, *riba*, *zalim*, *maysir* dan *gharar*, dapat diketahui bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli oleh pedagang di Pasar Tradisional Dolopo Madiun sudah diterapkan dengan baik namun perlu upaya peningkatan untuk membangun ekosistem pasar yang lebih baik oleh seluruh *stakeholder* yang terlibat.



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 bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Aprilya Mahfudhoh	401180157	Ekonomi Syariah	Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dolopo Madiun

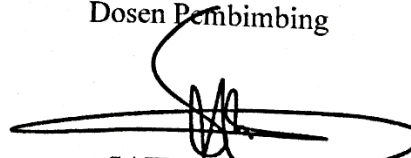
Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 12 Mei 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

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



Menyetujui,
Dosen Pembimbing

SAID ABADI, Lc., 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 : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di
Pasar Tradisional Dolopo Madiun
Nama : Aprilya Mahfudhoh
NIM : 401180157
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 Syariah.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang :
Dr. Hj. Ely Masykuroh, MSI
NIP. 197202111999032003
Penguji I :
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP. 197207142000031005
Penguji II :
Said Abadi, Lc. M.A.
NIDN. 2112088202

()
()
()

Ponorogo, 9 Juni 2022

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



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

(*) penanggalan pengesahan ini terhitung seminggu setelah ujian

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aprilya Mahfudhoh
NIM : 401180157
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi/Tesis : IMPLEMENTASI ETIKA BISNSI ISLAM DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL
DOLOPO MADIUN

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**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 09 Juni 2022

Penulis



(Aprilya Mahfudhoh)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aprilya Mahfudhoh

NIM : 401180157

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL DOLOPO MADIUN

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

Ponorogo, 9 Juni 2022

Pembuat Pernyataan,

Aprilya Mahfudhoh

NIM 401180157

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	7
F. Metode Penelitian	10
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	10
2. Lokasi/Tempat Penelitian	11
3. Data dan Sumber Data	11
4. Teknik Pengumpulan Data.....	13
5. Teknik Pengolahan Data	13
6. Teknik Analisis Data.....	15
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	15
G. Sistematika Pembahasan	16

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL

A. Etika Bisnis	18
B. Etika Bisnis Perspektif Islam	26
C. Etika Transaksi Jual Beli Syariah	31
D. Pasar Tradisional.....	34

BAB III PAPARAN DATA

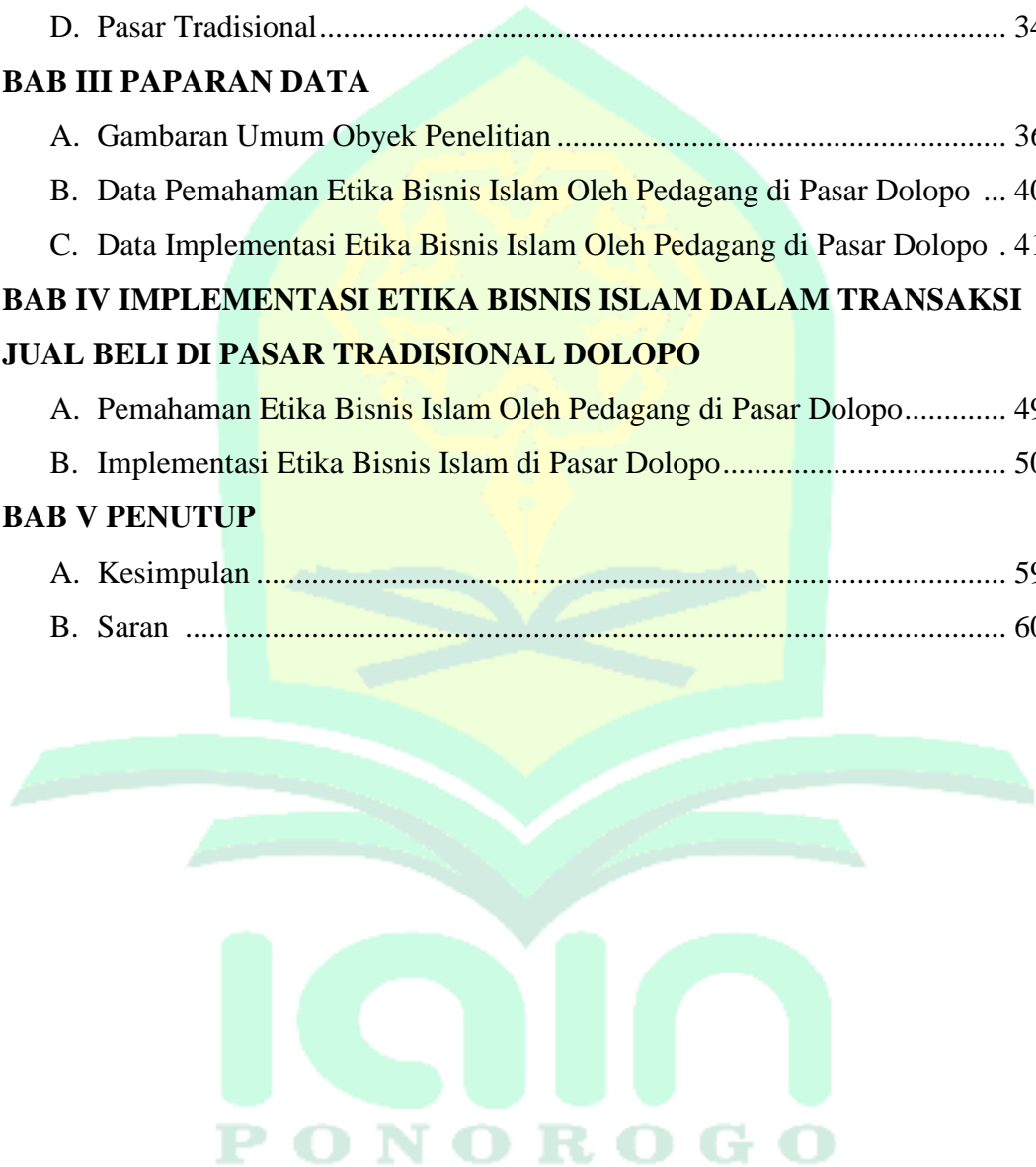
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	36
B. Data Pemahaman Etika Bisnis Islam Oleh Pedagang di Pasar Dolopo ...	40
C. Data Implementasi Etika Bisnis Islam Oleh Pedagang di Pasar Dolopo .	41

BAB IV IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL DOLOPO

A. Pemahaman Etika Bisnis Islam Oleh Pedagang di Pasar Dolopo.....	49
B. Implementasi Etika Bisnis Islam di Pasar Dolopo.....	50

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	59
B. Saran	60



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Transaksi jual beli adalah kegiatan yang melekat dalam kehidupan sehari-hari. Jual beli merupakan kegiatan yang menjembatani manusia agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Melalui transaksi jual beli, manusia dapat memainkan perannya sebagai makhluk sosial dan berinteraksi dengan manusia lain untuk melakukan kegiatan ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Transaksi jual beli dapat dilakukan di berbagai tempat, seperti pasar tradisional, swalayan, toko eceran dan masih banyak lagi. Seperti halnya di pasar tradisional, diantara banyaknya jumlah pedagang tentu masing-masing memiliki strategi tersendiri dalam menjalankan usahanya. Diantara beragamnya karakter pedagang, tidak jarang konsumen mendapati fakta bahwa beberapa pedagang melakukan hal-hal yang kurang sesuai dengan etika bisnis dalam transaksi jual beli. Hal-hal yang kurang sesuai atau penyimpangan yang sering terjadi dalam transaksi jual beli tentu telah mengabaikan nilai-nilai dalam etika bisnis Islam. Perilaku menyimpang dalam transaksi jual beli di pasar tradisional yang sering ditemui antara lain manipulasi takaran timbangan, pencampuran produk kualitas bagus dan buruk hingga penyampaian informasi produk yang dilebih-lebihkan.¹ Perilaku menyimpang yang sering ditemui tersebut tentu membuat konsumen merasa kurang nyaman untuk berbelanja kembali ke pasar tradisional. Normalnya, konsumen seharusnya menerima produk dalam kondisi baik sesuai informasi yang disampaikan pedagang dengan harga wajar dan timbangan yang tepat.

Dalam transaksi jual beli, etika bisnis Islam menjunjung tinggi nilai kejujuran sebagaimana telah diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW yang terkenal dengan kejujurannya. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara ayat 181-183 yang berarti:

¹ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singapura Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010, 2.

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”(Q.S. Asy-Syu’ara: 181-183)²

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah SWT menganjurkan seluruh umat manusia, khususnya pelaku bisnis untuk bersikap jujur dalam menjalankan roda bisnis. Adanya sebuah penyimpangan dalam menakar, menimbang dan mengukur barang termasuk contoh bentuk kecurangan dalam bisnis.³

Etika merupakan suatu perbuatan standar (*standar of conduct*) sebagai pemimpin individu. Etika adalah studi mengenai perbuatan yang sah dan benar serta pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang.⁴ Dalam Islam, nilai-nilai etika tidak terlepas dari nilai kejujuran, keadilan dan keterbukaan. Dengan penjelasan tersebut, maka etika bisnis seharusnya tertanam dalam setiap individu dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi, terutama pada pedagang di pasar tradisional.

Berdasarkan pengertian etika bisnis Islam, landasan hukum serta nilai-nilai etika bisnis dalam Islam, maka implementasi etika bisnis Islam di pasar tradisional yang berlokasi di Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun menarik untuk diteliti. Peneliti telah menentukan Pasar Dolopo sebagai objek penelitian. Hal tersebut dikarenakan menurut wawancara pengelola pasar, mayoritas pelaku transaksi di pasar merupakan pemeluk agama Islam baik itu pedagang maupun konsumennya. Terlebih lagi dari 60.086 penduduk di Kecamatan Dolopo, sebanyak 99,7% atau 59.919 diantaranya memeluk agama Islam.⁵

² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2011), 374.

³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2013), 154.

⁴ H. Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: Alfabeta, 2011), 53.

⁵ BPS Kabupaten Madiun, *Kecamatan Dolopo dalam Angka* (Madiun: BPS Kabupaten Madiun, 2020), 32.

Namun demikian, fakta di lapangan menunjukkan bahwa syari'at Islam dalam transaksi jual beli belum ditegakkan sepenuhnya yang dibuktikan dengan adanya perilaku menyimpang oleh pedagang yang tidak sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis Islam. Menurut hasil observasi peneliti, perilaku menyimpang oleh pedagang di Pasar Dolopo antara lain melebih-lebihkan informasi kualitas produk, meletakkan produk dengan kualitas kurang baik dibawah produk berkualitas baik, tetap melakukan pekerjaan meski adzan berkumandang, meletakkan produk dagangan hingga memakan sebagian area jalan, tidak bersikap ramah, memanipulasi takaran atau timbangan hingga sikap yang mendesak konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan yang terkesan seperti memaksa. Hal-hal yang tidak sesuai dengan syari'at Islam tersebut tentu menjadi fokus penelitian yang tidak dapat dihindari yang seharusnya dalam berdagang hendaknya menerapkan prinsip etika bisnis khususnya etika bisnis Islam jika bertolak dari latar belakang keyakinan mayoritas pedagang dan penduduk setempat.

Beberapa kasus penyimpangan dalam transaksi jual beli di Pasar Dolopo dapat diketahui dari pengalaman pribadi, observasi dan wawancara oleh peneliti. Pengalaman pribadi yang didapat oleh peneliti yakni perbedaan sikap pedagang ketika melayani konsumen yang berbelanja untuk kebutuhan dapur pribadi dan konsumen yang berbelanja untuk kemudian dijual kembali. Ketika melayani konsumen yang berbelanja untuk kebutuhan dapur pribadi, pedagang cenderung menaikkan harga dan menurunkan harga penawaran ketika melayani konsumen yang berbelanja untuk dijual kembali. Selain itu, peneliti menemui seorang konsumen yang keluar area pasar dengan wajah kesal mengungkapkan "Saya kemarin beli baju untuk anak saya yang masih TK, tapi anak saya tidak ikut. Jadi, saya tanya ke pedagangnya apakah produk boleh dikembalikan jika ternyata tidak sesuai dengan ukuran atau keinginan sang anak, katanya boleh. Setelah saya bawa pulang ternyata ukurannya terlalu besar dan si anak tidak suka dengan modelnya, lalu saya kembali ke pasar si anak untuk menukar baju. Tapi ternyata si pedagang tidak berkenan untuk menukar baju yang telah dibeli dengan alasan hanya boleh ditukar bila jarak waktu pembelian dan penukaran

tidak lebih dari 24 jam serta membawa nota pembelian. Padahal, saya pergi untuk menukar baju di jam yang sama ketika saya membeli. Dan waktu pembelianpun saya tidak dikasih nota.” Ucap Sri sebagai salah seorang konsumen.⁶

Begitu juga dengan Martini, seorang pedagang ecer yang setiap hari berbelanja di Pasar Dolopo untuk kemudian dijual ecer di rumah. Karena sudah berjualan ecer selama bertahun-tahun, Martini mempunyai langganan tersendiri dalam berbelanja. Misalnya belanja ayam potong. Suatu saat pedagang yang biasa tempat Martini belanja ayam sedang libur, sehingga terpaksa harus berbelanja di pedagang lain. Martini membeli daging ayam potong sebanyak 2 kg lalu di potong-potong dan dikemas menjadi 8 yang masing-masing berisi $\frac{1}{4}$ kg. Namun setibanya dirumah, beliau memeriksa ulang belanjaan ayam potongnya karena khawatir telah belanja di pedagang yang berbeda. Dan ternyata benar, 3 dari 8 bungkus ayam potong ternyata memiliki berat yang tidak sesuai dengan permintaan saat belanja.⁷

“Kalau saya tidak pernah dengan sengaja mengurangi timbangan mbak. Tapi kalau secara tidak sengaja mungkin pernah ya beberapa kali, saya juga pernah menerima komplain dari konsumen terkait timbangan. Tapi saya tidak bisa memberikan ganti rugi atas timbangan yang berkurang karena konsumen yang komplain tidak memiliki bukti. Kalau saya layani dan mau ganti rugi ke mereka, takutnya yang lain ikut-ikutan dan membuka kesempatan bagi orang-orang yang tidak bertanggungjawab. Malah rugi jualan saya.”⁸ Ujar Ibu Anik salah seorang pedagang mracang di pasar Dolopo.

Satu lagi informasi dari pedagang mengenai kesadaran beretika dalam melakukan transaksi jual beli yang biasa dilakukannya. Berikut pungkas Ibu Susmiati “Sebenarnya prinsip jual beli saya itu mengikuti pepatah ‘pembeli adalah raja’. Namun terkadang ada saja pembeli yang membuat saya jengkel

⁶ Sri, Wawancara, 7 Januari 2022.

⁷ Martini, Wawancara, 7 Januari 2022.

⁸ Anik, Wawancara, 21 April 2022.

dan menyulut emosi. Akhirnya secara tidak sadar saya tidak mampu menahan emosi dan kadang melayani pembeli dengan ketus”⁹.

Selain pengalaman pribadi dan wawancara sekilas terhadap konsumen serta pedagang di Pasar Dolopo, pengelola pasar juga menuturkan hal serupa. Bahwa peningkatan aduan dari konsumen mengalami fluktuasi setiap tahunnya selama 5 tahun. “Angka pastinya saya tidak ingat karena kita tidak menyediakan kotak aspirasi khusus untuk konsumen, tapi memang hampir setiap hari saya mendengar *complain* dari konsumen baik yang disampaikan secara langsung ke kepala pengelola maupun melalui staff yang bertugas harian”¹⁰ pungkaskan pengelola pasar.

Dan lagi, peneliti juga menemukan artikel berita yang menunjukkan sikap acuh oleh beberapa pedagang. Dilansir dari Klik Madiun yang terbit pada Agustus 2017 menyatakan bahwa banyak pedagang luar area pasar menggelar dagangannya di sisi barat dan selatan pasar. Dengan adanya gelaran dagangan di luar area pasar tersebut banyak pedagang di dalam pasar yang mengeluh pendapatannya menurun lantaran konsumen enggan belanja ke dalam area pasar karena sudah membeli kebutuhannya di luar area pasar. Seorang pedagang menyatakan bahwa hal tersebut menjadi salah satu faktor penghambat transaksi jual beli dan menurunkan tingkat transaksi di area dalam pasar. Kasus ini sudah ditangani oleh pengelola pasar dengan jalan membuat kesepakatan dengan pedagang area luar pasar. Kesepakatan ini ditandatangani pada 26 Mei 2016 dan isinya menjelaskan bahwa pedagang di sisi barat pasar boleh berjualan hingga jam 7 pagi, sedangkan pedagang area luar pasar di sisi sebelah selatan diperbolehkan berdagang hingga pukul 9 pagi. Namun, kesepakatan tersebut hanya berhasil dilaksanakan selama 3 hari saja, selepas itu pedagang kembali pada kebiasaan lama seperti tidak pernah melakukan kesepakatan apapun.¹¹

Fenomena tersebut menggambarkan bahwa terdapat beberapa pedagang di Pasar Tradisional Dolopo belum maksimal dalam melaksanakan

⁹ Susmiati, Wawancara, 21 April 2022.

¹⁰ Wartono, Wawancara, 3 Maret 2022.

¹¹ <http://www.klikmadiun.com/2017/08/pedagang-di-luar-pasar-dolopo-makin-liar.html>
diakses pada 11 Januari 2022

etika dalam bisnisnya. Berdasarkan fenomena ini maka muncul pertanyaan bagaimana pemahaman dan implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Dolopo. Apakah perilaku menyimpang oleh pedagang tersebut muncul karena ketidaktahuan pedagang terkait etika dalam transaksi jual beli atau unsur kesengajaan. Transaksi jual beli hendaknya tidak dilakukan atas dasar kemauan sendiri yang dapat menimbulkan kerugian terhadap orang lain. Islam telah mengatur segala aspek kehidupan termasuk nilai dan etika dalam transaksi jual beli yang bersumber pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti dapat mengkaji lebih jauh dengan melakukan penelitian ilmiah yang berjudul “Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dolopo Madiun”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman mengenai etika bisnis Islam oleh pedagang di Pasar Dolopo Madiun ?
2. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Dolopo Madiun ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti melalui penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemahaman mengenai etika bisnis Islam oleh pedagang di Pasar Dolopo Madiun.
2. Untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Dolopo Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pembaca. Adapun manfaat yang dapat diperoleh yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca.
 - b. Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk penelitian dengan topik yang berkaitan dan bersifat melengkapi atau lanjutan.
 - c. Dapat dijadikan sumber rujukan untuk menyelesaikan masalah di bidang ekonomi khususnya etika bisnis berdasarkan syari'at Islam.
2. Manfaat Praktis
- a. Bagi Peneliti
Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai etika dalam berbisnis berdasarkan syari'at agama Islam.
 - b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo
Diharapkan dapat dijadikan bahan referensi penelitian lebih lanjut dalam bidang yang berkaitan dengan etika bisnis Islam dan menambah referensi perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
 - c. Bagi Pedagang di Pasar Dolopo Kabupaten Madiun
Diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan masukan yang membangun baik bagi pedagang maupun masyarakat luas untuk menjalankan kegiatan ekonomi.
 - d. Bagi Pengelola Pasar Dolopo Kabupaten Madiun
Diharapkan dapat dijadikan bahan masukan untuk perencanaan operasional dan pendisiplinan pasar demi perubahan kearah yang lebih baik.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu atau disebut juga dengan kajian pustaka dilakukan dengan tujuan untuk dijadikan bahan pertimbangan dan perbandingan dari penelitian sebelumnya. Dalam melaksanakan penelitian, peneliti memiliki beberapa kajian pustaka untuk dijadikan referensi dalam

mencari teori, konsep-konsep dan generalisasi yang dapat dijadikan landasan teoritis bagi penelitian yang akan dilaksanakan.

Pertama, skripsi oleh Umi Mursidah yang berjudul “*Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*”¹² menyimpulkan bahwa secara umum etika bisnis belum sepenuhnya diterapkan dengan baik oleh pedagang di Pasar Betung. Etika bisnis mencakup beberapa indikator di dalamnya, yakni indikator hukum, ajaran agama, ekonomi dan etika. Sedangkan yang sudah diterapkan hanya dua indikator yakni indikator hukum dan ajaran agama saja. Sedangkan dua indikator lainnya yakni indikator ekonomi dan etika masih belum diterapkan dengan baik oleh pedagang di Pasar Betung. Penerapan etika bisnis Islam memiliki empat indikator yakni tanggungjawab, keadilan, kehendak bebas dan kebenaran. Namun yang telah diterapkan oleh pedagang Pasar Betung hanya indikator tanggungjawab saja, sedangkan ketiga indikator lainnya masih belum diterapkan dengan baik oleh pedagang di Pasar Betung.

Kedua, skripsi oleh Siti Mina Kusnia dengan judul “*Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”¹³ menyimpulkan bahwa pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan belum memahami etika bisnis Islam. Namun, dalam kesehariannya tanpa disadari para pedagang telah mempraktikkan nilai-nilai dalam etika bisnis Islam yang antara lain kesatuan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebijakan (ihsan). Dari kelima nilai etika bisnis Islam yang disebutkan, empat nilai mencakup keseimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban dan ihsan telah dilaksanakan dengan baik, namun tidak dengan prinsip kesatuan (tauhid) yang masih banyak mengabaikannya dengan berbagai tindakan seperti tidak tepat waktu dalam melaksanakan ibadah shalat wajib.

¹² Umi Mursidah, *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*, Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2017.

¹³ Siti Mina Kusnia, *Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Skripsi, UIN Walisongo, 2015.

Ketiga, skripsi oleh Titik Pramitasari yang berjudul *“Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Home Industri Tenun Tikar Nies Collection”* menyimpulkan bahwa implementasi etika bisnis Islam pada *home industry* tenun tikar Nies Collection mencakup empat prinsip diantaranya tauhid, keseimbangan, kebebasan dan tanggungjawab. Nies collection Bersama karyawan dan pemiliknya secara umum telah menerapkan etika bisnis Islam dengan melakukan Tindakan yang sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Tindakan tersebut tercermin dengan meyakini bahwa setiap tindakan diawasi oleh Allah SWT, menentukan harga sesuai dengan biaya produksi (production cost), bebas berkarya sesuai kemampuan dan kreativitas tim tanpa menjatuhkan pengusaha lain, serta pemilik memberikan upah karyawan sesuai dengan tupoksi atau tanggungjawab yang dikerjakan.

Keempat, skripsi yang ditulis Muthmainnah dengan judul *“Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh”*¹⁴ menjelaskan bahwa berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam dalam keseharian berdagangnya. Dari keempat prinsip etika bisnis Islam yang disebutkan mencakup tauhid, keadilan, kebajikan dan tanggungjawab, hanya prinsip tauhid yang telah dilaksanakan oleh pedagang. Hal ini tercermin dalam sikap pedagang yang lebih mengutamakan niat bekerja karena Allah SWT serta jujur dalam memberikan informasi kepada konsumen karena sadar bahwa segala Tindakan diawasi oleh Allah SWT.

Kelima, skripsi oleh Chusnul Chotimah yang berjudul *“Analisis Etika Bisnis Islam Pada Proses Produksi dan Distribusi (Penjualan) di Toko Pengrajin Kulit Pribadi Kabupaten Ponorogo”*¹⁵ menyatakan ada lima prinsip etika bisnis Islam diantaranya kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggungjawab, dan kebajikan (kebenaran). Sedangkan dari kelima prinsip

¹⁴ Muthmainnah, *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh*, Skripsi UIN Ar-Raniry, 2019.

¹⁵ Chusnul Chotimah, *Analisis Etika Bisnis Islam pada Proses Produksi dan Distribusi (Penjualan) di Toko Pengrajin Kulit Pribadi Kabupaten Ponorogo*, Skripsi IAIN Ponorogo, 2020.

tersebut prinsip kebenaran dan kesatuan telah dilanggar dalam proses produksi di Toko Pengrajin Kulit Pribadi Ponorogo. Hal tersebut ditunjukkan dengan perilaku produsen yang tidak jujur terhadap pembeli atas bahan kulit yang digunakannya, yakni mereka mencampurkan kedua bahan dengan kualitas berbeda yang tentunya turut menurunkan standar kualitas dan kemudian dapat mengecewakan konsumen. Dalam proses distribusinya, Toko Pengrajin Kulit Pribadi Ponorogo tidak memenuhi prinsip etika bisnis Islam tanggungjawab dan kehendak bebas. Hal ini tercermin dalam proses distribusi di mana pengrajin menyalurkan produk yang tidak sesuai dengan konsumen tanpa konfirmasi terlebih dahulu sehingga tidak memenuhi tanggungjawabnya dan telah melanggar hak kehendak bebas oleh konsumen.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan yang dilaksanakan oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada ditempat penelitian dengan ukuran-ukuran dalam pengetahuan, hal ini dilakukan untuk menemukan kebenaran.¹⁶ Dalam melaksanakan penelitian, metode yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti yakni penelitian lapangan (*field research*). *Field research* adalah penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial.¹⁷ Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh dan mendalam.¹⁸ Penelitian deskriptif bertujuan untuk

¹⁶ Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta: PT. Gramedia, 2010), 13.

¹⁷ Suryana, *Metodologi Penelitian "Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif"* (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), 14.

¹⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta Cet. 19, 2014), 209.

menggambarkan fakta serta karakteristik tertentu secara akurat dan sistematis. Sedangkan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang relevan untuk memahami suatu fenomena sosial (tindakan manusia) di mana data hasil penelitian tidak diolah menggunakan prosedur statistik, melainkan analisis data dilakukan secara induktif.¹⁹ Dalam penelitian ini, peneliti meneliti mengenai Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Kasus di Pasar Dolopo Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun).

2. Lokasi/Tempat Penelitian (Penelitian Lapangan)

Adapun lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Tradisional Dolopo Madiun yang beralamat di Jl. Raya Ponorogo-Madiun Krajan, Bangunsari, Kec. Dolopo, Kab. Madiun, Jawa Timur 63174. Pemilihan lokasi oleh peneliti didasarkan pada beberapa pertimbangan sebagai berikut:

- a. Pasar tradisional Dolopo merupakan pasar yang rentan terhadap penyimpangan perilaku etika bisnis Islam dalam transaksi jual belinya yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.
- b. Pedagang dan konsumen berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda sehingga pasar tradisional Dolopo menampung pedagang dan konsumen dari berbagai daerah.
- c. Pentingnya pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam dalam menjalankan transaksi jual beli sehingga peneliti tertarik untuk meneliti pasar tradisional Dolopo yang mayoritas pedagangnya beragama Islam.

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Menurut Rohmat yang dikutip oleh Siti, data kualitatif merupakan data yang berbentuk kalimat, gambar atau kata.²⁰ Dalam penelitian ini, data yang dibutuhkan peneliti antara lain:

¹⁹ Ibid., 9.

²⁰ Siti Halimah Asa'diyah, "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Kedawung Mojo Kediri", Skripsi, IAIN Tulungagung, 2019.

- 1) Pemahaman etika bisnis Islam oleh pedagang di Pasar Dolopo Kecamatan Dolopo.
- 2) Implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Dolopo Kecamatan Dolopo.

Data kualitatif dalam penelitian ini berupa dokumen dari pengelola pasar tradisional Dolopo, hasil *interview* atau wawancara kepada informan yang mewakili pedagang dan konsumen yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan oleh peneliti berupa pemahaman dan implementasi etika bisnis Islam oleh pedagang pasar tradisional Dolopo Kabupaten Madiun, tempat atau lokasi penelitian terhadap pedagang pasar tradisional Dolopo, dokumentasi berupa gambar atau foto objek penelitian, aktifitas penelitian dan temuan penelitian selama pelaksanaan penelitian berlangsung.

b. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder:

1) Data Primer

Data primer yaitu data pokok utama atau data yang diambil dari subjek aslinya atau langsung diperoleh dari objek penelitian.²¹ Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara secara langsung kepada informan yang meliputi pedagang, konsumen dan pengelola pasar.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang diambil secara tidak langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain yang sumbernya dapat dipertanggungjawabkan. Sumber data sekunder dapat digunakan dalam penelitian yang berfungsi sebagai sumber data pelengkap

²¹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 39.

ataupun utama bila tidak tersedia narasumber sebagai data primer. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari kantor pengelola pasar tradisional Dolopo.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara biasa digunakan untuk mengumpulkan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti serta mengetahui hal terkait dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report* atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi. Teknik wawancara diklasifikasikan menjadi 3 macam, yaitu: wawancara terstruktur (*structured interview*), wawancara semiterstruktur (*semistucture interview*), dan wawancara tak terstruktur (*unstructured interview*). Berdasarkan 3 macam Teknik wawancara tersebut, dalam melaksanakan penelitian ini peneliti akan menggunakan Teknik wawancara semiterstruktur. Wawancara semiterstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti boleh menggunakan atau tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.²² Pihak yang diwawancarai oleh peneliti untuk mengumpulkan data yakni pedagang Pasar Dolopo Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun

5. Teknik Pengolahan Data

Langkah-langkah pengolahan data dalam penelitian kualitatif meliputi:

a. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting serta mencari tema dan

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV. Alfabeta, 2017), 457.

polanya lalu membuang yang tidak perlu.²³ Dalam penelitian ini, peneliti mengklasifikasikan fokus permasalahan yang akan diteliti dan membuang yang tidak perlu untuk ditelaah lebih lanjut. Focus permasalahan dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah, yaitu penerapan etika bisnis konvensional dan penerapan etika bisnis Islam pada transaksi jual beli di Pasar Dolopo Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun.

b. Display Data

Display data disebut juga penyajian data yang dapat dilakukan dalam bentuk uraian atau narasi singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Display data dapat memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.²⁴ Pada tahap ini, peneliti menggolongkan permasalahan yang menjadi bahan penelitian sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan atau informasi yang benar serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini.

c. Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan di awal penelitian. Namun dapat juga bersifat sebaliknya, kesimpulan tidak dapat menjawab rumusan masalah yang dipaparkan, karena sifat masalah dan rumusan masalah dari penelitian kualitatif sementara dan dapat terus berkembang ketika penelitian berlangsung. Kesimpulan yang didapat dari penelitian kualitatif diharapkan merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan yang dimaksud dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih samu sehingga setelah diteliti menjadi jelas dan bermakna.²⁵

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 485.

²⁴ Ibid.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 492.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi serta membuat kesimpulan agar dapat diinformasikan kepada orang lain.²⁶ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yakni menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli oleh pedagang di Pasar Dolopo Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun sesuai dengan fakta yang didapat di lapangan. Data hasil analisis dideskripsikan berdasarkan data hasil wawancara dan dokumentasi yang diyakini kebenarannya. Setelah itu, data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dirangkum, dipilih hal-hal pokoknya serta difokuskan pada hal terpenting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan kerja selanjutnya lalu dianalisis dan ditarik kesimpulannya.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Agar data yang diperoleh dari penelitian dan para informan memperoleh keabsahan, maka diperlukan pengecekan keabsahan data dengan cara triangulasi. Triangulasi adalah metode paling umum yang digunakan untuk melakukan uji validitas pada penelitian kualitatif. Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Triangulasi terbagi menjadi 3 macam, yaitu: triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dimana peneliti menerapkan triangulasi dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara serta hasil observasi selama penelitian berlangsung.

G. Sistematika Pembahasan

²⁶ Haris Herdiansyah, *Wawancara*, 240.

Untuk memudahkan mendapat gambaran yang jelas mengenai suatu penelitian, maka pembahasan dalam penulisan skripsi dibagi menjadi 5 bab. Dari kelima bab tersebut terdapat sub bab yang merupakan rangkaian untuk pembahasan dalam penelitian. Berikut adalah sistematika pembahasan dalam penyusunan penulisan skripsi oleh peneliti:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang permasalahan yang kemudian dikembangkan dalam beberapa poin meliputi: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL

Bab ini membahas tentang teori yang digunakan. Teori yang digunakan adalah yang sesuai dengan rumusan masalah dan data yang akan dikaji. Penggunaan teori mengikuti jumlah teori yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini teori yang digunakan antara lain adalah etika bisnis Islam, transaksi jual beli dan pasar tradisional. Penggunaan teori dalam penelitian kualitatif biasanya sebagai alat bantu memahami data dan bukan sebagai alat ukur.

BAB III ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL

Bab ini berisi tentang paparan data atau informasi yang terdiri dari data inti dan data pendukung. Data inti merupakan data yang ditanyakan pada rumusan masalah tertera, sedangkan data pendukung ialah data selain data inti. Penulisan data inti juga disesuaikan dengan rumusan masalah dalam proposal skripsi. Data yang dibahas dalam bab ini antara lain:

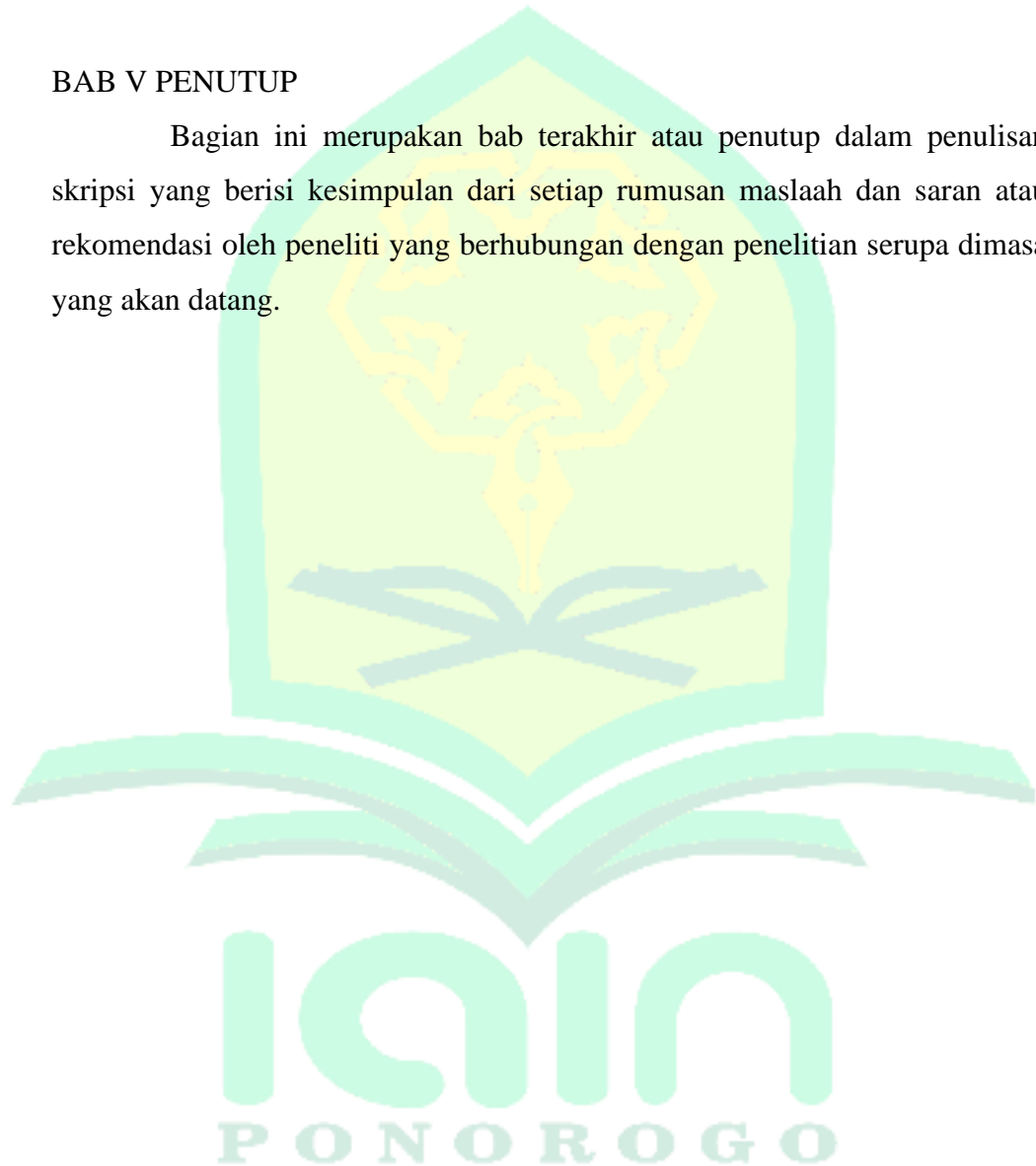
1. Data untuk rumusan masalah pertama
2. Data untuk rumusan masalah kedua

BAB IV PEMBAHASAN/ANALISIS

Bab ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai pemahaman etika bisnis Islam serta implementasinya oleh pedagang di Pasar Dolopo Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun.

BAB V PENUTUP

Bagian ini merupakan bab terakhir atau penutup dalam penulisan skripsi yang berisi kesimpulan dari setiap rumusan masalah dan saran atau rekomendasi oleh peneliti yang berhubungan dengan penelitian serupa dimasa yang akan datang.



BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL

A. Etika Bisnis

1. Etika Binsis Secara Umum

a. Pengertian Etika Bisnis

Menelusuri etika tak lepas dari asal kata ethos dalam Bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*costum*) atau karakter (*character*).²⁷ Etika adalah suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggungjawab.²⁸ Etika dapat dikategorikan sebagai ilmu yang bersifat normatif karena berperan untuk menentukan apa yang harus dilakukan atau boleh dan tidak boleh dilakukan oleh individu. Etika yang baik mencakup:²⁹

- 1) Kejujuran (*honestly*): kejujuran tercermin dalam perkataan yang benar dan menjunjung tinggi kebenaran.
- 2) Ketepatan (*reliability*): selalu tepat sesuai janji (ikrar), waktu, tempat dan syarat.
- 3) Loyalitas: setia kepada janji yang telah diucapkan, setia kepada siapa saja yang telah dijanjikan, setia kepada organisasi termasuk kepada pimpinan, rekan kerja, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.
- 4) Disiplin: melakukan segala sesuatu penuh tanggungjawab tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun serta taat kepada sistem, aturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.

²⁷ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 5.

²⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Business And Economics Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 3.

²⁹ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), 133.

Bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial didunia perdagangan, dan bidang usaha.³⁰ Berdasarkan definisi etika dan bisnis tersebut, maka dapat diketahui bahwa etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.³¹ Sederhananya, para pelaku bisnis harus bersedia menaruh komitmen bahwa dalam melakukan kegiatan bisnis baik itu bertransaksi, berperilaku, dan berelasi hendaknya mematuhi etika bisnis sehingga dapat mencapai tujuan bisnis dengan baik.

b. Teori Etika Bisnis

Teori etika dapat klasifikasikan menjadi dua kategori, yakni teori *teleological* dan *deontological*. Dan teori-teori etika bisnis diluar teleologi dan deontology disebut dengan teori *hybrid* atau turunan yang berarti kombinasi atau sesuatu yang berlainan dari dua kategori besar sebelumnya, yakni teleologi dan deontologi. Berikut adalah penjelasan dari maning-masing teori tersebut:

1) Teleologi

Teleological berasal dari kata *telos* yang berarti tujuan, yakni mendasarkan pengambilan keputusan moral dengan pengukuran hasil atau konsekuensi suatu perbuatan. Sistem etika teleologi dikembangkan oleh Jeremy Bentham dan John Stuart Mill yang didasarkan pada utility (manfaat) yang disebut dengan *utilitarianism*, serta satu lagi tokoh John Rawls yang mengembangkan teori *distributive justice* (keadilan distribusi).

a) *Utilitarianism*

b) Teori Keadilan Distribusi

15. ³⁰ Muhammad Ismail Yunanto, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Isnani, 2002),

³¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis*, 15.

2) Deontologi

Deontological berasal dari kata *deon* yang berarti tugas/kewajiban, yakni menentukan etika dari suatu perbuatan berdasarkan aturan atau prinsip yang mengatur proses pengambilan keputusannya. Teori deontology dikembangkan oleh Immanuel Kant yang didasarkan pada perspektif agama yakni hukum abadi (*eternal law*) dan keutamaan (*virtue ethics*).

- a) Teori Keutamaan (*Virtue Ethics*)
- b) Hukum Abadi (*Eternal Law*)

3) Hybrid

Teori hybrid antara lain adalah teori kebebasan individu (*personal libertarianism*), *ethical egoism*, *existencialism*, *relativism*, dan teori hak (*right*).

- a) *Personal Libertarianism*
- b) *Ethical Egoism*
- c) *Existencialism*
- d) *Relativism*
- e) Teori Hak (*Right*)

c. Indikator Etika Bisnis

Dalam menelaah suatu ilmu, maka diperlukan indikator untuk mempermudah jalannya observasi dan menuntun proses pengumpulan data. Indikator sendiri berarti sesuatu yang dapat memberikan petunjuk atau keterangan. Karenanya, dalam menelaah etika bisnis diperlukan beberapa indikator sebagai berikut.³²

- 1) Indikator etika bisnis menurut ekonomi, ditandai dengan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara

³² Erni R. Ernawan, *Business Ethics* (Bandung: Alfabeta, 2011), 31.

efisien tanpa menimbulkan kerugian baik oleh perusahaan atau pelaku bisnis.

- 2) Indikator etika bisnis menurut peraturan yang berlaku, ditandai dengan kepatuhan terhadap aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya oleh pelaku bisnis.
- 3) Indikator etika bisnis menurut hukum, ditandai dengan kepatuhan terhadap hukum yang berlaku oleh pelaku bisnis.
- 4) Indikator etika bisnis berdasarkan ajaran agama, ditandai dengan kesadaran pelaku bisnis untuk menjalankan bisnisnya dengan merujuk pada nilai-nilai ajaran agama.
- 5) Indikator etika berdasarkan nilai budaya, ditandai dengan penyelenggaraan bisnis yang mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat setempat oleh pelaku bisnis baik secara individu atau kelembagaan.
- 6) Indikator etika bisnis menurut masing-masing individu, ditandai dengan kesadaran untuk bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritas pribadinya dalam setiap kegiatan bisnis oleh pelaku bisnis.

2. Etika Bisnis Perspektif Islam

Kegiatan berbisnis sangat umum dijumpai. Dalam agama Islam, berbisnis sangatlah dianjurkan. Rasulullah SAW menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang.³³ Hal ini berarti sebesar 90% pintu rezeki datang dari kegiatan berdagang. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Baqarah:2/275 yang menyatakan bahwa kegiatan jual beli itu diperbolehkan. Berikut arti dari penggalan ayat tersebut:

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila.

³³ Veithzal Rivai, *Islamic Business*, 31.

Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka mereka kekal di dalamnya.”(Q.S. Al-Baqarah:2/275).

Islam telah mengatur semua dimensi dalam kehidupan manusia termasuk di dalamnya tentang etika. Etika berarti *a code or set of principles which people live* (kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia).³⁴ Etika tidak hanya dilakukan dalam kehidupan sosial namun juga ekonomi bisnis. Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komitmen padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan bisnisnya dengan selamat.³⁵ Etika bisnis Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al-islamiyah*) yang dibungkus dengan *dhawabith syariah* (batasan syariah) atau *general guideline*.³⁶ Etika bisnis Islam juga didefinisikan sebagai baik, buruk dan salah yang berdasarkan pada prinsip moralitas.³⁷ Berdasarkan beberapa definisi etika bisnis Islam tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa etika bisnis Islam adalah landasan para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya dengan mematuhi prinsip-prinsip yang telah diatur dalam Al-Qur'an dan hadist.

a. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam³⁸

1) *Unity, Tauhid* (Kesatuan, Keutuhan)

³⁴ Veithzal Rivai, *Islamic Business*, 32.

³⁵ Sofyan Badroen, *Etika Bisnis*, 15.

³⁶ *Ibid.*, 70.

³⁷ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), 3.

³⁸ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 78.

Konsep *tauhid* berarti semua aspek dalam hidup dan mati adalah satu, baik aspek politik, ekonomi, sosial maupun agama adalah berasal dari satu sistem nilai yang saling terintegrasi, terkait, dan konsisten. *Tauhid* adalah landasan setiap muslim yang beriman, yang berarti semua kegiatan dijalankan dengan berlandaskan ridho Allah, termasuk dalam bisnis.

2) *Equilibrium* (Keseimbangan, Harmoni, Keadilan)

Semua aspek kehidupan harus seimbang supaya menghasilkan keteraturan dan keamanan sosial sehingga kehidupan manusia di dunia ini dan di akhirat nanti melahirkan harmoni dan keseimbangan. Islam mewajibkan setiap muslim untuk berbuat adil termasuk dalam dunia kerja dan kegiatan berbisnis.

3) *Free Will* (Kebebasan)

Manusia diangkat sebagai khalifah Allah atau pengganti Allah di bumi untuk memakmurkannya dengan dibekali oleh aturan dan larangan dari Allah. Aturan dimaksudkan untuk menuntun manusia menuju kemaslahatan bersama. Semua tindakan yang melanggar larangan akan dimintai pertanggungjawaban dikemudian hari. Oleh karenanya, dalam menerapkan kaidah Islam manusia dibebaskan untuk berkegiatan ekonomi karena masalah ekonomi termasuk pada aspek muamalah bukan ibadah yang merujuk pada kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang”, dan yang dilarang oleh Islam adalah ketidakadilan dan riba.

4) *Responsibility* (Pertanggungjawaban)

Sebagai khalifah atau pengganti Allah di muka bumi, manusia diberikan kebebasan dan dibekali dengan aturan dan larangan oleh Allah. Maka dari itu setiap manusia harus memberikan pertanggungjawabannya atas segala sesuatu yang telah diputuskan dan dilakukan. Pertanggungjawaban ini dilakukan secara horizontal (sesame manusia) dan vertikal (kepada Allah). Begitu juga dalam dunia bisnis, manusia harus bertanggungjawab atas keputusan dan tindakannya kepada Allah dan sesama manusia.

5) *Benevolence, Ihsan* (Kemanfaatan)

Semua Tindakan harusnya menguntungkan manusia baik di dunia maupun akhirat, selain hal tersebut sebaiknya tidak dilakukan. Islam tidak membenarkan setiap Tindakan yang dapat menimbulkan kerugian bagi diri sendiri, masyarakat, hingga makhluk lain seperti hewan dan tumbuhan serta alam. Dalam kegiatan bisnis, hendaknya pelaku bisnis dapat bermuamalah dengan baik dan benar sehingga dapat memberikan manfaat antar *stakeholder* yang terlibat. Dengan demikian, maka prinsip *ihsan* ini dapat dijadikan sebagai Tindakan *preventif* (pencegahan) terhadap kemungkinan adanya kerugian bagi salah satu pihak atau lebih yang terlibat dalam proses transaksi, kerjasama atau kesepakatan bisnis.

b. Fungsi Etika Bisnis Islam

Segala sesuatu yang dilakukan memiliki fungsi masing-masing sehingga dapat mendatangkan manfaat dan membantu

mencapai tujuan. Demikian halnya dengan etika bisnis Islam, berikut adalah fungsi menerapkan etika bisnis Islam:³⁹

- 1) Sebagai upaya untuk menyelaraskan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis, terutama dalam hal mencari keuntungan dan keridhoan Allah.
- 2) Etika bisnis berperan untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat akan bisnis terutama bisnis Islami dengan cara memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya menjalankan bisnis dengan menerapkan nilai moralitas dan spiritualitas yang terintegrasi dalam bentuk etika bisnis Islam.
- 3) Etika bisnis khususnya etika bisnis Islam dapat berperan sebagai solusi terhadap berbagai persoalan bisnis di masa kini yang semakin jauh dari nilai etika dengan cara menerapkan etika bisnis Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah.

c. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Islam telah memberi petunjuk dan aturan kepada manusia untuk dapat menjalankan kehidupan di bumi dengan baik. Termasuk kegiatan bisnis yang dilarang untuk berbuat yang *bathil* dan *dzalim*, namun harus didasarkan atas kesukarelaan dan saling ridho, baik saat mendapat keuntungan maupun kerugian, baik sebagai pembeli maupun penjual. Dalam berbisnis, hendaknya manusia menerapkan etika bisnis Islam sebagaimana firman Allah dalam Al-qur'an surat An-Nisa' ayat 29 yang artinya sebagai berikut:

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah*

³⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 76.

adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Al-Qur’an surat An-Nisa’ ayat 29)⁴⁰

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Islam mengatur perdagangan agar tidak ada penipuan antara kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Penjual hendaknya sama-sama menerapkan etika bisnis Islam agar usaha dapat berkembang karena selalu mendapat ridho Allah. Selain ayat di atas, Rasulullah juga telah menjelaskan dalam haditsnya sebagai berikut:

Artinya: “Dari Hakim bin Nizam ra. Rasulullah bersabda: ‘dua orang yang melakukan jual beli boleh memilih (antara melanjutkan jual beli atau membatalkannya) selama kedua belum berpisah. Apabila keduanya bersikap jujur dan berterus terang, maka jual beli keduanya diberkahi. Akan tetapi, jika keduanya berdusta dan menyembunyikan (aibnya), maka dileburkan keberkahan jual beli keduanya itu.” (HR. Muttafaq’Alaihi).⁴¹

Hadits diatas menunjukkan bahwa pondasi terpenting dalam bisnis adalah kejujuran. Salah satu Tindakan yang mencerminkan kejujuran dalam bisnis adalah bersikap transparans supaya mendapat keberkahan dari Allah.

B. Transaksi Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan *syara’* dan disepakati.⁴² Sedangkan jual beli menurut ilmu

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Bandung: Diponegoro, 2011), 83.

⁴¹ Umi Mursidah, *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional*, Skripsi (UIN Raden Intan Lampung, 2017), 30.

⁴² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Gravindo Persada, 2008), 68.

fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.⁴³ Berdasarkan definisi terkait jual beli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan kegiatan tukar menukar antara kedua belah pihak yang dilakukan secara sukarela dan sesuai kesepakatan.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Dalam Islam, segala hal telah diatur secara hukum Islam baik melalui Al-Qur'an, hadits, maupun ijma' sehingga segala sesuatu yang dilakukan harus memiliki landasan hukum. Termasuk dalam hal transaksi jual beli, Islam telah mengatur dalam Al-Qur'an, hadits nabi dan juga ijma'. Tata cara transaksi jual beli telah dijelaskan secara detail dalam ilmu fiqih muamalah. Berikut landasan hukum transaksi jual beli dalam Islam:

- a. Al-Qur'an telah menjamin diperbolehkannya jual beli sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 berikut:

Artinya: "Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan oleh mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang Kembali (mengambil riba),

⁴³ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), 111.

maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya."⁴⁴

Ayat tersebut menjelaskan mengenai dasar hukum dihalalkannya jual beli dan dilarangnya praktek jual beli yang mengandung riba. Allah memerintahkan kepada manusia untuk melakukan segala sesuatu yang bermanfaat bagi diri sendiri, masyarakat, dan makhluk lain serta menghindari melakukan hal yang dapat menimbulkan kerugian baik pada diri sendiri, masyarakat ataupun makhluk lain. Segala sesuatu yang diperbuat manusia akan dimintai pertanggungjawabannya. Maka dalam hal ini, manusia diperbolehkan melakukan jual beli jika saling menguntungkan dan dilarang melakukan jual beli yang mengandung riba karena dapat menimbulkan salah satu pihak.

b. Hadits Nabi

Rasulullah pernah mendapat pertanyaan terkait jual beli, yakni saat sahabatnya bertanya seperti apa pekerjaan yang baik itu, dan Rasulullah menjawab bahwa pekerjaan yang baik ialah jual beli (berdagang). Peristiwa ini dijelaskan dalam hadits berikut:

*Artinya: "Dari Rifa'ah bin Rafi' ra. Ia berkata bahwasannya Rasulullah pernah ditanya: usaha apakah yang paling halal itu (ya Rasulullah) ? maka beliau menjawab: Yaitu pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli itu baik." (HR. Imam Bazzar. Imam Hakim menshahihkan dari Rifa'ah Ibn Rafi')*⁴⁵

Hadits di atas menjelaskan bahwa jual beli itu diperbolehkan, dan justru dianjurkan oleh Rasulullah. Namun, status jual beli dapat berubah tergantung pada pemenuhan syarat jual beli.

c. Ijma'

⁴⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*, 34.

⁴⁵ Rachmat Syafe'I, *Fiqh Muamalah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2004), 75.

Menurut ulama, jual beli diperbolehkan karena manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup tanpa bantuan orang lain. Bantuan orang lain yang dimaksud adalah dalam bertukar barang atau jasa yang nilainya setara. Hal ini mengacu pada ayat Al-Qur'an yang menyatakan bahwa hukum jual beli itu diperbolehkan. Namun jual beli dapat berubah status di waktu tertentu menjadi sunnah, wajib hingga haram dan makruh.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Terdapat rukun dan syarat jual beli dalam Islam yang jika salah satu rukun atau syarat tidak terpenuhi maka jual beli menjadi tidak sah. Rukun jual beli ada empat, antara lain:⁴⁶

- a. Orang yang melakukan akad *al-muta'qidaini* (penjual dan pembeli)
- b. Sighat (ijab dan qabul)
- c. Barang yang dibeli
- d. Nilai tukar barang

Sedangkan syarat jual beli yang berkaitan dengan rukun jual beli adalah sebagai berikut:

- a. Syarat orang yang melakukan akad
 - 1) Berakal
 - 2) Penjual dan pembeli adalah orang yang berbeda
- b. Syarat terkait ijab qabul
 - 1) Orang yang mengucapkan telah baligh
 - 2) Qabul sesuai dengan ijab
- c. Syarat barang yang diperjual belikan
 - 1) Barang boleh ada atau tidak ada di tempat selama penjual sanggup mengadakan barangnya
 - 2) Bermanfaat dan dapat dimanfaatkan manusia

⁴⁶ Muhammad Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004), 118.

- 3) Kepemilikannya jelas
- 4) Boleh diserahkan saat akad berlangsung dan boleh juga diserahkan pada waktu yang telah disepakati

4. Macam-Macam Jual Beli

a. Menurut hukum

- 1) Sah menurut hukum
- 2) Tidak sah menurut hukum

b. Menurut objek

- 1) Benda ada atau berwujud, yakni benda yang diperjual belikan ada di depan penjual dan pembeli Ketika melakukan akad.
- 2) Benda dalam perjanjian, yakni perjanjian atas penyerahan benda yang ditangguhkan pada masa tertentu.
- 3) Benda tidak ada, yakni benda yang diperjual belikan tidak ada.

c. Menurut subjek

- 1) Akad jual beli dilakukan dengan lisan, yakni penjual dan pembeli melaksanakan akad secara langsung dan saling berhadapan.
- 2) Akad jual beli dilakukan dengan perantara, yakni penjual dan pembeli melakukan akad secara tidak langsung. Dalam kondisi ini, penjual dan pembeli tidak saling berhadapan dan ijab qabul dilakukan dengan ucapan saja. Biasanya barang yang diperjualbelikan dikirim melalui perantara seperti pos, ekspedisi, dan sebagainya.
- 3) Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan), yakni penjual dan pembeli saling memberi dan menerima barang tanpa mengucapkan ijab qabul. Hal seperti ini biasa terjadi Ketika barang yang diperjual belikan sudah diberi label harga.

C. Etika Transaksi Jual Beli Syariah⁴⁷

Sifat dari suatu transaksi yang disebut sesuai syariat sangat banyak, lebih banyak dari yang dilarang syariat. Hal ini dikarenakan bidang bisnis merupakan bidang muamalah yang ketentuan fikihnya adalah semua boleh dilakukan sepanjang tidak ada larangannya. Agar mudah menganalisis, cukup dengan memperhatikan daftar hal-hal yang tidak boleh atau dilarang dalam transaksi syariah. Berikut adalah hal-hal yang dilarang dalam menjalankan transaksi syariah:⁴⁸

- a. Haram, baik dalam barang maupun jasa serta aktivitas operasional yang berkaitan.⁴⁹ Status haram harus dihindari dalam produk yang diperdagangkan dan berbagai kegiatan dalam bisnis. Jika dilihat dari segi pedagang, maka hal yang harus dihindari dari unsur haram yaitu pada tahap produksi dan distribusi produk. Haramnya suatu transaksi disebabkan oleh beberapa faktor yang antara lain:
 - 1) Haram karena zatnya, yakni dilarangnya sebuah transaksi karena objek yang diperjualbelikan merupakan hal yang dilarang atau diharamkan. Contoh objek yang harap antara lain minuman keras, babi, anjing, bangkai dan darah.
 - 2) Haram karena selain zatnya, hal ini bisa terjadi karena haram secara administratif atau proses akadnya. Contoh dari transaksi yang diharamkan karena selain zatnya yaitu manipulasi keuntungan dengan menciptakan permintaan palsu, manipulasi ketersediaan produk, dan lain sebagainya.
- b. Riba dalam segala bentuk.⁵⁰ Dari segi istilah bahasa sama dengan “*Ziyadah*” artinya tambahan, sedangkan menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok (modal) secara *bathil*.

⁴⁷ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*, 119.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid.

Dalam transaksi jual beli terdapat berbagai hal yang mengandung riba, seperti pertukaran barang yang timbangannya tidak setara, penundaan serah terima kedua barang yang ditukarkan, penundaan terhadap penerimaan barang oleh salah satu pihak dan lain sebagainya.

- c. *Zalim*, yakni jika transaksi yang dilakukan mengandung unsur yang merugikan diri, orang lain dan lingkungan.⁵¹ Beberapa contoh dari transaksi yang mengandung kezaliman antara lain merampas hak cipta, memaksa pihak lain, menyembunyikan aib produk yang diperdagangkan dan sebagainya.
- d. *Maysir* yaitu suatu bentuk permainan yang didalamnya dipersyaratkan, jika salah seorang pemain menang, maka ia akan mengambil keuntungan dari pemain yang kalah dan sebaliknya.⁵² Contoh dari maysir ini adalah judi, sedangkan beberapa aktivitas yang termasuk dalam kategori judi yang telah dilarang misalnya seperti SMS berhadiah sesuai dengan Fatwa MUI No. 9 Tahun 2008. Singkatnya, *maysir* adalah segala hal yang mengandung judi dan spekulatif. Dalam transaksi di pasar, contoh transaksi yang mengandung unsur *maysir* adalah menjual produk dengan iming-iming hadiah, menjual kupon dengan menjanjikan hadiah, dan hal lain yang semacamnya.
- e. *Gharar* berarti mengandung unsur ketidakjelasan. *Gharar* yaitu ketidakpastian dalam transaksi yang diakibatkan dari tidak terpenuhinya ketentuan syariah dalam transaksi tersebut. Dampak dari transaksi yang mengandung *gharar* adalah adanya salah satu pihak yang terzalimi ketika bertransaksi sehingga hal ini dilarang dalam Islam. Beberapa kategori unsur *gharar* antara lain dari segi kuantitas tidak sesuai timbangan atau takaran, kemudian dari sisi kualitas terdapat

⁵¹ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*, 119.

⁵² Ibid.

ketidakjelasan pada kualitas barang, selanjutnya dari sisi harga adanya dua harga dalam satu transaksi, dan yang terakhir dari sisi waktu yaitu terdapat ketidakjelasan pada waktu penyerahan. Beberapa bentuk gharar yang lain sebagai berikut:

- 1) Tidak ada kepastian kapan penjual menyerahkan barang dan jasanya.
- 2) Menjual sesuatu yang belum di bawah penguasaannya.
- 3) Tidak memiliki kualitas dan kuantitas yang disepakati.
- 4) Tidak ada kepastian harga dan kuantitas yang ditransaksikan.
- 5) Objek jelas namun akad tidak jelas.
- 6) Tidak ada jaminan kesesuaian akad dengan realisasi akad.
- 7) Adanya unsur eksploitasi melalui manipulasi informasi atau bentuk penipuan lainnya.⁵³

D. Pasar Tradisional

1. Pengertian Pasar

Terdapat dua macam pengertian pasar, yakni secara konkret dan abstrak. Secara konkret, sederhananya pasar dimaknai sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk kemudian melakukan transaksi. Secara abstrak, pasar dimaknai sebagai sekelompok orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar (memunculkan penawaran dan permintaan) sehingga terbentuklah suatu harga.

Namun, kedua pengertian tersebut masih dianggap terlalu sempit sehingga William J. Stonten mengutarakan pendapatnya mengenai pengertian pasar yang berarti orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Sehingga dari pengertian pasar menurut William J.

⁵³ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*, 120.

Stonton tersebut diketahui terdapat tiga factor utama yang menunjang terbentuknya pasar, yakni:

- a. Orang dengan keinginan
- b. Daya beli
- c. Tingkah laku pembelian

2. Macam-Macam Pasar

a. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar yang biasanya dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan badan usaha milik daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi dengan proses tawar menawar yang bangunannya biasa berbentuk kios-kios atau gerai, los, dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual sendiri maupun pengelola pasar. Pasar tradisional biasanya menyediakan barang-barang kebutuhan pokok seperti sayur, buah, ikan dan daging. Namun ada juga yang menjual kebutuhan rumah tangga seperti perabot dan alat elektronik. Berikut adalah ciri-ciri pasar tradisional:

- 1) Pasar tradisional dibangun, dimiliki dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
- 2) Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli.
- 3) Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama.
- 4) Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal.

b. Pasar Modern

Pasar modern merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang tidak terjadi proses tawar menawar. Biasanya, barang-barang di pasar modern sudah diberi label harga. Pasar modern sering dijumpai berada dalam bangunan dan pelayanannya

dilakukan sendiri yang disebut juga dengan swalayan atau dilayani oleh pramuniaga. Selain bahan makanan, pasar modern biasanya juga menyediakan barang-barang yang mampu bertahan lama. Berikut ciri-ciri pasar modern:⁵⁴

- 1) Tidak terikat pada tempat tertentu, bisa di mana saja (dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*).
- 2) Alat pembayaran dapat berupa non tunai (transfer atau *e-wallet*).
- 3) Penjual dan pembeli tidak harus bertemu secara langsung.
- 4) Pada situasi tertentu tidak dapat ditawar (seperti di supermarket tau minimarket).
- 5) Harga sudah tertera
- 6) Barang yang dijual beragam dan umumnya tahan lama.
- 7) Berada dalam bangunan dan pelayanan dilakukan sendiri (swalayan).
- 8) Ruangan ber-AC dan nyaman tidak terkena terik matahari.
- 9) Tempat bersih.
- 10) Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah pencarian barang.
- 11) Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tidak ada proses tawar menawar lagi.

⁵⁴ Nel Arianty, Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Segi Tata Letak (Lay Out) Dan Kuantitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Menawar Pasar Tradisional, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol 13 No. 01 April 2013 ISSN 1693-7619, 18.

BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat

Tidak ada bukti tertulis yang memuat tentang sejarah berdirinya Pasar Dolopo. Satu-satunya saksi hidup dari berdirinya Pasar Dolopo adalah Mbah Rimin, selaku ketua satpam Pasar Dolopo. Beliau lahir tahun 1948 tepat di dalam pasar, karena kehidupannya dulu tidak jauh dari pasar. Ibunya merupakan salah seorang pedagang di Pasar Dolopo sejak zaman pemerintahan Belanda. Sejarah berdirinya Pasar Dolopo didapat dari kesaksian Mbah Rimin yang bermula dari pengalaman pribadi dan cerita Ibunya selaku salah satu pedagang lawas di Pasar Dolopo.

Pasar Dolopo pertama kali didirikan pada masa pemerintahan kolonial Belanda tahun 1938. Sebelumnya, pasar terletak di Jalan Asem Payung, namun pada 1938 pemerintahan Belanda menggeser lokasi pasar ke arah barat hingga berada tepat di tepi barat Jalan Raya Madiun-Ponorogo. Pemindahan lokasi pasar ini didasari oleh pertimbangan lokasi yang lebih strategis karena berada di tepi jalan raya, di mana banyak transportasi umum berlalu lalang melalui jalan raya setiap harinya. Setelah Indonesia merdeka, pasar beroperasi seperti biasa tanpa ada yang mengelola, hanya untuk menjalankan kegiatan ekonomi sehari-hari oleh pedagang. Hal itu terus berlangsung hingga tahun 1989.⁵⁵

Pada tahun 1989, Pasar Dolopo dibangun ulang menjadi bangunan yang utuh dan kokoh oleh Pemerintah Daerah, tepatnya di bawah naungan Dinas Pendapatan. Pembangunan ulang bangunan pasar diikuti dengan pembentukan struktur pengelola pasar. Sebelum dibentuk struktur pengelola, pasar hanya dijaga oleh dua orang yang merupakan masyarakat setempat dan hanya berjaga saat malam hari saja. Bangunan baru Pasar

⁵⁵ Rimin, Wawancara, 21 April 2022.

Dolopo diresmikan pada tahun 1991 oleh Dinas Pendapatan Kabupaten Madiun yang berganti nama menjadi Dinas perindustrian dan Perdagangan dan kini menjadi Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM.

Pasar Dolopo berlokasi di Jalan Raya Madiun-Ponorogo, Krajan, Bangunsari, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun 63174. Menurut ketua pengelola pasar, Pasar Dolopo memiliki luas tanah dan bangunan sekitar 7.200 m². Banyak pedagang yang secara resmi terdaftar pada arsip pengelola pasar sebanyak 609 pedagang, yang terdiri dari 393 pedagang kios dan los, 115 pedagang kaki lima (PKL), dan 101 pedagang playon.

Menurut catatan formal, Pasar Dolopo beroperasi mulai pukul 08.00 WIB hingga 14.00 WIB. Namun pada kenyataannya, tidak sedikit pedagang yang berjualan dipagi hari hingga petang. Pedagang yang buka dipagi hari biasanya terdiri dari pedagang mracang dan kebutuhan dapur yang menyediakan kebutuhan pokok secara ecer baik ke konsumen langsung atau kepada pengecer. Setelah agak siang, disusul dengan bukanya pedagang olahan produk pabrik seperti pedagang pakaian, alat elektronik hingga gerabah (peralatan rumah tangga).

2. Visi Misi Pasar Dolopo

a. Visi Pasar Dolopo

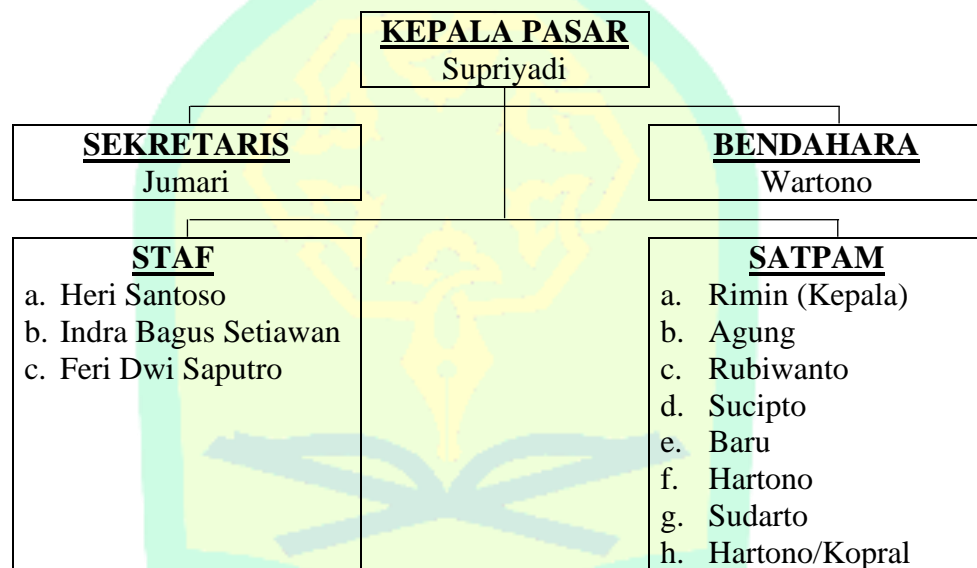
Mewujudkan pasar yang bersih, indah, nyaman dan aman dalam bertransaksi.

b. Misi Pasar Dolopo

- 1) Meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan para pedagang.
- 2) Meningkatkan pelayanan terhadap pelaku pasar.
- 3) Peningkatan kebersihan, ketertiban dan keamanan pasar.
- 4) Peningkatan pendapatan alih daerah khususnya sektor retribusi pasar.

3. Struktur Organisasi Pengelola Pasar Dolopo

Struktur organisasi merupakan susunan pembagian tugas dan peran yang berdasarkan pada jabatan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Begitu juga dengan kepengurusan pengelola Pasar Dolopo yang terstruktur, berikut adalah struktur organisasi pengelola Pasar Dolopo:⁵⁶



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Pasar Dolopo Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun

Struktur organisasi di atas merupakan struktur organisasi pengelola Pasar Dolopo. Adapun tugas dan tanggungjawab dari masing-masing jabatan adalah sebagai berikut:

- a. Kepala pasar, bertanggungjawab untuk memberikan arahan, petunjuk dan bimbingan kepada seluruh karyawan secara lisan atau tertulis serta memberikan bantuan kepada karyawan bila diperlukan.
- b. Sekretaris, bertanggungjawab dalam hal administrasi, baik membuat laporan maupun mengurus seluruh arsip berkas terkait Pasar Dolopo.

⁵⁶ Supriyadi, Wawancara, 21 April 2022.

- c. Bendahara, bertanggungjawab untuk mengelola administrasi keuangan secara menyeluruh.
- d. Staf, bertanggungjawab untuk berhubungan langsung dengan pedagang untuk mengkoordinir retribusi.
- e. Satpam, bertanggungjawab untuk menjamin keamanan dan ketertiban Pasar Dolopo baik berupa keamanan fisik, personal, informasi hingga teknis yang berlaku.

4. Data Fisik Pasar Dolopo

Pasar Dolopo terletak di Desa Dolopo Kecamatan Dolopo, yang tentunya berbatasan langsung dengan beberapa desa lainnya. Berikut adalah batas wilayah administrasi Pasar Dolopo:⁵⁷

- a. Sebelah Utara : Desa Batil Kecamatan Dolopo
- b. Sebelah Timur : Desa Dolopo Kecamatan Dolopo
- c. Sebelah Selatan : Desa Doho Kecamatan Dolopo
- d. Sebelah Utara : Desa Bangunsari Kecamatan Dolopo

Selain batas wilayah sebagai data fisik, Pasar Dolopo juga memiliki banyak sarana dan prasarana yang dapat mendukung kegiatan perdagangan selama pasar sedang dalam jam operasional. Adapun sarana prasarana yang terdapat pada Pasar Dolopo antara lain adalah sebagai berikut:⁵⁸

- a. Tempat jualan dengan total luas bangunan seluas 7.200 m².
- b. Tempat parkir di sekeliling area pasar yang dikelola oleh masyarakat sekitar.
- c. Mushola yang terletak di bagian dalam bangunan pasar sebelah pojok barat laut Pasar Dolopo.
- d. MCK di satu titik dengan jumlah 10 kamar mandi yang airnya bersumber dari PDAM dan terletak di dekat area mushola.

⁵⁷Supriyadi, Kepala Pasar, (*Wawancara*), Pasar Dolopo, 21 April 2022.

⁵⁸ Ibid.

Diantara 609 jumlah pedagang yang terdaftar, tentu setiap pedagang memiliki barang dagangan yang berbeda. Berikut ragam jumlah pedagang yang terdaftar berdasarkan jenis dagangannya:⁵⁹

Tabel 3.1
Jumlah Pedagang Pasar Dolopo
Berdasarkan Jenis Dagangan

No.	Jenis Dagangan	Jumlah
1	Mracang	150
2	Jasa	55
3	Pakaian	131
4	Makanan	43
5	Elektronik	6
6	Sayur	132
7	Sepeda	8
8	Daging	25
9	Anyaman	59
Jumlah Total		609

Tabel di atas menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Dolopo didominasi oleh pedagang mracang sebanyak 150 orang, disusul dengan pedagang sayur sebanyak 132 orang, dan pedagang pakaian sebanyak 131 orang, pedagang anyaman sebanyak 59 orang, pedagang jasa sebanyak 55 orang, pedagang makanan 43 orang, pedagang daging 25 orang, pedagang sepeda sebanyak 8 orang serta pedagang elektronik sebanyak 6 orang.

B. Pemahaman Etika Bisnis Islam Oleh Pedagang di Pasar Dolopo

Kegiatan berbisnis sangat umum dijumpai. Dalam agama Islam, berbisnis sangatlah dianjurkan. Rasulullah SAW menyatakan bahwa 9 dari 10

⁵⁹ Dokumentasi, *Data Pedagang Pasar Dolopo*, 2019.

pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang.⁶⁰ Hal ini berarti sebesar 90% pintu rezeki datang dari kegiatan berdagang. Islam telah mengatur seluruh dimensi kehidupan manusia termasuk dimensi ekonomi yang didalamnya mencakup bisnis atau perniagaan. Islam membekali bisnis dengan etika yang telah diperintahkan dalam Al-Qur'an dan hadits. Namun, untuk menerapkan etika bisnis Islam yang sesuai dengan perintah Allah, diperlukan pemahaman yang baik agar etika yang diterapkan dapat memberikan manfaat optimal. Demikian pentingnya implementasi bisnis Islam, termasuk obyek yang diteliti dalam penelitian ini, yakni pedagang Pasar Dolopo Madiun yang jumlahnya 609 pedagang. Namun, pengumpulan data yang dilaksanakan dengan wawancara dilakukan kepada 5 informan (pedagang). Adapun hasil wawancara yang disampaikan Bu Katiran yakni "Saya belum mengetahui dan memahami apa itu etika bisnis Islam, sekolah saja tidak lulus SD mbak. Jadi tidak tahu banyak tentang ilmu."⁶¹ Hal serupa juga dikatakan oleh Pak Slamet "Tidak, saya tidak begitu tahu apa itu etika bisnis Islam."⁶² Lain halnya dengan ungkapan oleh Pak Samirun "Iya tahu, yang penting dalam berbisnis tidak menimbulkan dosa."⁶³ Sama dengan ungkapan Bu Mirati "Tahu, sepertinya yang tidak merugikan orang lain."⁶⁴ Dan hal serupa juga diungkapkan oleh Pak Hendrik "Iya, saya tahu."⁶⁵

C. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Dolopo

Implementasi etika bisnis Islam adalah tindak lanjut dari pemahaman terhadap etika bisnis Islam oleh setiap individu khususnya pelaku bisnis. Etika bisnis Islam penting untuk diterapkan karena dapat menjadi intermediet antara urusan duniawi dan akhirati. Dengan menerapkan etika bisnis Islam, manusia dapat menjalankan perannya secara vertikal maupun horizontal. Etika bisnis

⁶⁰ Veithzal Rivai, *Islamic Business*, 31.

⁶¹ Katiran, Wawancara, 21 April 2022.

⁶² Slamet, Wawancara, 21 April 2022.

⁶³ Samirun, Wawancara, 21 April 2022.

⁶⁴ Mirati, Wawancara, 21 April 2022.

⁶⁵ Hendrik, Wawancara, 21 April 2022.

Islam hendaknya diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari oleh semua pelaku bisnis khususnya bagi pemeluk agama Islam termasuk dalam kegiatan transaksi jual beli. Dalam bertransaksi syariah, tentu terdapat etika tersendiri. Bidang bisnis merupakan bidang muamalah yang ketentuan fikihnya adalah semua boleh dilakukan sepanjang tidak ada larangannya. Agar mudah menganalisis, cukup dengan memperhatikan daftar hal-hal yang tidak boleh atau dilarang dalam transaksi syariah. Hal yang dilarang dalam transaksi syariah antara lain haram, riba, *zalim*, *maysir* dan *gharar*⁶⁶

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan selama penelitian berlangsung, berikut data implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli oleh pedagang Pasar Dolopo Madiun:

1. Haram

Haram baik dalam barang maupun jasa serta aktivitas operasional yang berkaitan.⁶⁷ Status haram harus dihindari dalam produk yang diperdagangkan dan berbagai kegiatan dalam bisnis. Jika dilihat dari sisi pedagang, maka hal yang harus dihindari dari unsur haram yaitu pada tahap produksi dan distribusi produk. Haramnya suatu transaksi disebabkan oleh beberapa faktor yang antara lain haram karena zatnya, yakni dilarangnya sebuah transaksi karena objek yang diperjualbelikan merupakan hal yang dilarang atau diharamkan. Dan haram karena selain zatnya, hal ini bisa terjadi karena haram secara administratif atau proses akadnya.

Terkait haramnya transaksi jual beli, berikut ungkapan Bu Katiran “Tidak pernah. Saya menjual barang halal dan untuk stok tidak pernah saya manipulasi. Kalau ada manipulasi-manipulasi begitu saya takut nanti pelanggannya malah pada pergi dan tidak beli lagi disini.”

Selain itu, hal demikian juga oleh Pak Slamet dengan alasan yang berbeda “Tidak pernah. Saya menjual barang halal dan untuk stok tidak

⁶⁶ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*, 119.

⁶⁷ Ibid.

pernah saya manipulasi. Kalau ada manipulasi-manipulasi begitu saya takut nanti pelanggannya malah pada pergi dan tidak beli lagi disini.”

Hal serupa juga dikatakan disampaikan dengan tegas oleh Pak Sumiran “Tidak pernah. Lagipula yang saya jual kan jasa jahit sepatu, saya tidak bisa manipulasi ketersediaan jasa atau kualitas jasa yang saya berikan. Kalau saya tidak memperhatikan kualitas kerja saya, ya gimana mau menarik minat pelanggan. Mereka pasti langsung pergi lagi.”

Sejarah yang berbeda diungkap oleh Bu Mirati “Dulu pas awal berjualan sekitar awal tahun 2000-an saya pernah menjual makanan yang dalam Islam dilarang, yaitu darah ayam. Tapi orang-orang desa zaman dulu itu tidak begitu mementingkan sisi religi. Karena dulu kan banyak sekali orang-orang yang senang berjudi, mengadu ayam, jadi makan makanan haram seperti darah ayam juga dianggap biasa karena mereka memang belum tahu menahu dan peduli soal agama. Selain itu dulu saya berjualan dengan ibu saya. Ibu saya kira-kira usianya sebaya dengan para pelanggannya, saat itu masih 60-an tahun. Jadi rata-rata anggapan mereka mengenai halal haram tidak berbeda jauh, karena yang dipikirkan hanya memanfaatkan keadaan supaya dapat untung yang banyak. Tapi 2010 lalu Ibu saya sudah pergi, saya yang melanjutkan usaha ini dan saya tidak lagi menjual darah ayam.”

Dan berikut ungkapan Pak Hendrik yang singkat dan jelas “Tidak mbak saya tidak pernah menjual barang haram atau manipulasi harga dan ketersediaan barang. Kalo barang elektronik kan memang bukan barang pokok ya. Dan selama saya bekerja disini saya rasa stok dari pabrik juga aman-aman saja.”

2. Riba

Riba dalam segala bentuk adalah dilarang.⁶⁸ Dari segi istilah bahasa sama dengan “*Ziyadah*” artinya tambahan, sedangkan menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok (modal) secara *bathil*.

⁶⁸ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*, 119.

Dalam transaksi jual beli terdapat berbagai hal yang mengandung riba, seperti pertukaran barang yang timbangannya tidak setara, penundaan serah terima kedua barang yang ditukarkan, penundaan terhadap penerimaan barang oleh salah satu pihak dan lain sebagainya.

Demikian pernyataan Bu Katiran terkait riba dalam transaksi jual beli “Tidak pernah, saya tidak pernah mengurangi timbangan. Kalau ternyata stok yang saya miliki timbangannya kurang ya saya bilang ke pelanggan dan mengurangi harga sesuai kekurangan barangnya. Kalau keuntungan saya hanya mengambil keuntungan sewajarnya saja. Tidak apa-apa sedikit-sedikit yang penting banyak yang beli, insyaallah nanti terkumpul banyak juga. Soalnya pembeli itu kadang suka membandingkan harga ya mbak dengan pedagang lain. Nah itu yang saya takut jika mengambil keuntungan diatas rata-rata. Banyak pelanggan yang misalnya hanya selisih 500 perak saja rela lebih memilih jalan jauh muter pasar biar dapat yang lebih murah.”

Hal serupa juga dituturkan oleh Pak Slamet “Tidak sih mbak saya mengambil keuntungan secukupnya saja. Ya mungkin saya menawarkan barangnya agak tinggi ya, tapi kan semua pembeli di pasar itu pasti menawar harga mbak. Jadi biar untung yang saya dapat tidak terlalu mepet dengan modal, ya saya memberikan penawaran agak tinggi, pasti nanti jatuhnya di sekitar harga yang saya kehendaki, yaitu keuntungan sekitar 10 sampai 20 ribuan untuk pakaian seperti ini. Kalau dapat untung lebih dari itu ya alhamdulillah berarti Allah kasih rezeki lebih buat saya.”

Selanjutnya berikut dengan pernyataan oleh Pak Samirun “Harga jahit di saya seperti harga jasa jahit sepatu pada umumnya. Memang sudah beberapa kali naik harga tapi masih wajar. Untuk saat ini saja saya hanya mematok harga Rp 10.000,00 dan Rp 15.000,00 untuk yang sepatunya agak susah dijahit. Kalau mahal-mahal nanti pelanggan pada kabur.”

Hal yang tak lain juga diungkapkan oleh Bu Mirati “Tidak, saya tidak pernah mengambil keuntungan yang tidak wajar. Sedikit keuntungan yang saya ambil tapi semoga yang datang bisa kembali banyak seperti dulu.”

Serta ungkapan Pak Hendrik yang juga senada “Tidak mbak, saya tidak pernah mengambil keuntungan lebih. Karena kan biasanya sales dating nganter stok itu sambil memberi tahu harga ecer di pasaran. Sebenarnya ini prospek ya untuk mengambil keuntungan sedikit diatas rata-rata, karena kan tidak setiap hari orang beli barang elektronik begini. Tapi saya memilih tidak melakukannya, takut malah merusak image toko mbak.”

3. *Zalim*

Zalim, yakni jika transaksi yang dilakukan mengandung unsur yang merugikan diri, orang lain dan lingkungan.⁶⁹ Beberapa contoh dari transaksi yang mengandung kezaliman antara lain merampas hak cipta, memaksa pihak lain, menyembunyikan aib produk yang diperdagangkan dan sebagainya.

Saat wawancara di Pasar Dolopo berlangsung, Bu Katiran mengungkapkan “Tidak, saya tidak pernah menyembunyikan kerusakan atau kekurangan produk.”

Hal selaras juga diungkap oleh Pak Slamet “Tidak, saya tidak pernah melakukan hal semacam itu. Semua merek dagang saya jual apa adanya. Saya tidak menyembunyikan kecacatan atau aib produk dan tidak memaksa konsumen untuk membeli dagangan saya. Soalnya kan selera orang beda-beda dan stok yang saya punya terbatas, jadi saya menyadari jika mereka merasa memang belum cocok.”

Selain itu, Pak Samirun juga mengungkapkan “Tentu saja tidak pernah. Yang saya jual kan hanya jasa, setelah saya selesai melayani permintaan konsumen, mereka saya minta untuk cek ulang hasil pengerjaan saya. Jadi jika ada kurangnya pasti konsumen langsung mengatakan ke saya dan langsung saya perbaiki. Untuk selanjutnya apakah mereka akan Kembali memakai jasa saya y aitu hak mereka, saya tidak memaksa untuk terus berkunjung ke sini.”

⁶⁹ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*, 119.

Demikian juga dengan Bu Mirati yang menuturkan “Tidak mbak saya tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli ke saya, tapi terkadang saya memberikan pilihan jika mereka kebingungan memilih menu atau lauk yang pas sehingga mereka akan terbantu.”

Dan Pak Hendrik juga mengungkapkan dengan tegas “Tidak, saya tidak melakukan semua itu.”

4. *Maysir*

Maysir yaitu suatu bentuk permainan yang didalamnya dipersyaratkan, jika salah seorang pemain menang, maka ia akan mengambil keuntungan dari pemain yang kalah dan sebaliknya.⁷⁰

Hasil wawancara menunjukkan bahwa dari pertanyaan terkait praktek transaksi yang mengandung *maysir*, Bu Katiran mengungkap “Tidak pernah, saya tidak pernah melakukan yang seperti itu.”

Hal serupa juga keluar dari pernyataan Pak Slamet “Tidak pernah, jualan saya pakaian saja.”

Disusul dengan Pak Samirun yang juga menuturkan “Untuk menjual kupon atau hadiah-hadiah gitu saya tidak pernah. Usaha saya murni hanya jasa jahit sepatu tanpa promo atau iming-iming tertentu.”

Bu Mirati juga menuturkan hal serupa dengan pandangan yang sedikit berbeda “Tidak pernah, saya hanya berjualan makanan matang siap santap, jadi tidak ada alasan untuk menjual barang-barang seperti itu. Zaman dulu pernah waktu warung ini dikelola Ibu saya. Beliau jualan lotre yang hadiahnya macam-macam. Karena zaman dulu orang masih menyukai permainan seperti itu. Dan justru hal-hal seperti itulah yang menarik pelanggan agar terus kembali beli makanan ke warung ini, karena sambil beli lotre dengan harapan dapat hadiah. Kalau sekarang jualan seperti itu sudah tidak menarik lagi, yang menarik bagi orang-orang generasi sekarang kan HP.”

⁷⁰ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*. 119.

Dan Pak Hendrik pun menyatakan dengan tegas “Tidak mbak saya tidak pernah.”

5. Gharar

Gharar berarti mengandung unsur ketidakjelasan. *Gharar* yaitu ketidakpastian dalam transaksi yang diakibatkan dari tidak terpenuhinya ketentuan syariah dalam transaksi tersebut. Dampak dari transaksi yang mengandung *gharar* adalah adanya salah satu pihak yang terzalimi ketika bertransaksi sehingga hal ini dilarang dalam Islam.

Wawancara menunjukkan berbagai pendapat mengenai adanya unsur *gharar* dalam transaksi yang dilakukan sehari-hari oleh pedagang. Yang pertama, Bu Katiran menuturkan “Iya saya pernah beberapa kali menjual barang yang kualitasnya tidak jelas. Jadi ceritanya sekitar 3 tahun lalu sales yang biasa mengirim saya barang itu diganti. Waktu itu ada orang yang beli minuman kaleng satu karton kalo tidak salah. Pelanggan itu langsung membawa pulang barang setelah transaksi dan sayapun tidak pernah mengecek ulang barang yang datang karena sudah percaya pada sales yang biasanya. Namun saya lupa bahwa sales yang mengantarkan sudah berganti. Akhirnya pelanggan saya kembali datang dan menyampaikan kegelisahannya karena ternyata minuman kaleng dalam karton tersebut hampir semua yang disisi karton penyok. Akhirnya ya dibalikin semua, dan saya ganti dengan produk yang baru dan saya harus cek sebelum produknya dibawa pulang pembeli.”

Demikian halnya dengan Pak Slamet yang mengatakan “Pernah mbak, kalau dagang pakaian susahnya menuruti selera pelanggan. Jadi jika ada pelanggan yang menanyakan barang yang tidak saya punyai di took saya saat itu, saya tetap bilang ada, namun saya harus cek dulu ke gudang yang sebenarnya saya sendiri lupa masih ada yang serupa atau tidak.”

Namun hal yang berbeda dituturkan oleh Pak Samirun “Tidak mbak, saya tidak pernah melakukan hal yang tidak pasti karena saya hanya bekerja sesuai keahlian saya. Jadi saya yakin kualitas jasa saya sudah baik dan tidak perlu memberikan janji manis ke konsumen.”

Begitu dengan Bu Mirati yang mengungkap “Tidak pernah mbak. Saya menjual produk siap santap yang harganya sudah tertera secara pasti didinding warung saya, jadi saya tidak bisa menaikturunkan harga sesuka saya sehingga harga yang saya tawarkan sudah sangat jelas.”

Serta Pak Hendrik yang menuturkan hal yang tak jauh berbeda “Tidak pernah mbak. Saya menjual produk yang ada di took saja. Kecuali ada orang yang pesan dan mau menanti itu saya mau pesankan ke sales untuk membawakan.”



BAB IV
IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR TRADISIONAL DOLOPO

A. Pemahaman Etika Bisnis Islam Oleh Pedagang di Pasar Dolopo

Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komitmen padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan bisnisnya dengan selamat.⁷¹ Etika bisnis Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al-islamiyah*) yang dibungkus dengan *dhawabith syariah* (batasan syariah) atau *general guideline*.⁷² Etika bisnis Islam juga didefinisikan sebagai baik, buruk dan salah yang berdasarkan pada prinsip moralitas.⁷³ Berdasarkan beberapa definisi etika bisnis Islam tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa etika bisnis Islam adalah landasan para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya dengan mematuhi prinsip-prinsip yang telah diatur dalam Al-Qur'an dan hadist.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah tercantum dalam paparan data pada bab sebelumnya, diketahui bahwa tiga dari kelima informan telah mengetahui adanya etika bisnis Islam namun belum sepenuhnya memahami apa dan bagaimana nilai-nilai yang terkandung didalamnya. Menurut pengakuan seorang informan yang tidak mengetahui etika bisnis Islam, hal yang melatar belakangi ketidaktahuan ini adalah faktor pendidikan yang bahkan tidak menuntaskan tingkat Sekolah Dasar. Selanjutnya seorang informan lainnya mengaku tidak begitu mengetahui adanya etika bisnis Islam serta ketiga yang lain mengaku tahu. Tiga informan ini mengaku tahu akan adanya etika bisnis Islam yang menurut mereka sebatas menjalankan bisnis yang tidak menimbulkan dosa dan tidak merugikan orang lain. Sementara satu informan menjawab singkat dan mengaku mengetahui adanya etika bisnis Islam tanpa memberikan keterangan lebih lanjut.

⁷¹ Sofyan Badroen, *Etika Bisnis*, 15.

⁷² Ibid., 70.

⁷³ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, 3.

Hal ini menunjukkan bahwa informan atau pedagang di Pasar Dolopo hanya memiliki pengetahuan sekilas atau garis besarnya saja terkait adanya etika bisnis Islam.

B. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Oleh Pedagang di Pasar Dolopo

Implementasi etika bisnis Islam adalah tindak lanjut dari pemahaman terhadap etika bisnis Islam oleh setiap individu khususnya pelaku bisnis. Etika bisnis Islam penting untuk diterapkan karena dapat menjadi intermediet antara urusan duniawi dan akhirati. Dengan menerapkan etika bisnis Islam, manusia dapat menjalankan perannya secara vertikal maupun horizontal. Etika bisnis Islam hendaknya diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari oleh semua pelaku bisnis khususnya bagi pemeluk agama Islam termasuk dalam kegiatan transaksi jual beli. Dalam bertransaksi syariah, tentu terdapat etika tersendiri. Bidang bisnis merupakan bidang muamalah yang ketentuan fikihnya adalah semua boleh dilakukan sepanjang tidak ada larangannya. Agar mudah menganalisis, cukup dengan memperhatikan daftar hal-hal yang tidak boleh atau dilarang dalam transaksi syariah. Hal yang dilarang dalam transaksi syariah antara lain haram, riba, *zalim*, *maysir* dan *gharar*⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara yang telah ditampilkan pada bab sebelumnya, berikut hasil analisis implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli oleh pedagang Pasar Dolopo Madiun:

1. Haram

Haram baik dalam barang maupun jasa serta aktivitas operasional yang berkaitan.⁷⁵ Status haram harus dihindari dalam produk yang diperdagangkan dan berbagai kegiatan dalam bisnis. Jika dilihat dari sisi pedagang, maka hal yang harus dihindari dari unsur haram yaitu pada tahap produksi dan distribusi produk. Haramnya suatu transaksi disebabkan oleh

⁷⁴ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*, 119.

⁷⁵ Ibid.

beberapa faktor yang antara lain haram karena zatnya, yakni dilarangnya sebuah transaksi karena objek yang diperjualbelikan merupakan hal yang dilarang atau diharamkan. Dan haram karena selain zatnya, hal ini bisa terjadi karena haram secara administratif atau proses akadnya.

Berikut adalah penjelasan dari unsur haram karena zatnya dan haram karena selain zatnya:

- a. Haram karena zatnya, yakni dilarangnya sebuah transaksi karena objek yang diperjualbelikan merupakan hal yang dilarang atau diharamkan. Contoh objek yang harap antara lain minuman keras, babi, anjing, bangkai dan darah.
- b. Haram karena selain zatnya, hal ini bisa terjadi karena haram secara administratif atau proses akadnya. Contoh dari transaksi yang diharamkan karena selain zatnya yaitu manipulasi keuntungan dengan menciptakan permintaan palsu, manipulasi ketersediaan produk, dan lain sebagainya.

Menurut pengakuan kelima informan, semuanya mengaku tidak menjual atau melakukan transaksi yang hukumnya haram. Seorang informan, Bu Katiran menuturkan bahwa alasan ia menjauhi menjual atau melakukan transaksi yang haram ialah karena takut kehilangan konsumen. Menurutny, hal-hal yang demikian dapat merusak kepercayaan konsumen dan mempengaruhi hubungan baik antara pedagang dan konsumen dalam jangka panjang. Hal serupa juga dituturkan oleh informan lainnya, Pak Slamet sebagai pedagang pakaian tidak menjual produk yang haram zatnya ataupun haram secara administrasi akadnya, justru beliau membantu memenuhi permintaan konsumen dan mengusahakannya dengan maksimal agar kkonsumen tak lagi repot memutari area pasar untuk menemukan produk yang dibutuhkannya. Selain itu, Pak Samirun sebagai penjual jasa jahit sepatu juga menuturkan bahwa beliau tidak pernah menjual barang yang zatnya haram atau melakukan transaksi yang secara administratif haram karena yang beliau jual hanyalah jasa, bukan yang lainnya. Hal

serupa juga dituturkan oleh Bu Mirati sebagai penjual makanan siap santap, beliau mengaku pernah menjual makanan yang dilarang dalam Islam yang sudah pasti hukumnya haram jika dimakan, yaitu olahan darah ayam. Namun menurut pengakuannya, hal tersebut dilatarbelakangi oleh rendahnya kesadaran masyarakat akan beragama pada masanya. Kini, beliau tidak lagi menjual makanan tersebut karena zaman sudah berbeda dan tidak lagi ada peminat menu makanan yang demikian. Demikian halnya dengan seorang informan lain, Pak Hendrik, yang dengan tegas menyatakan bahwa beliau sama sekali tidak menjual produk yang hukumnya haram ataupun secara administrative transaksi juga haram hukumnya.

Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa saat ini unsur haram telah sepenuhnya dihindari oleh informan atau pedagang di Pasar Dolopo Madiun.

2. Riba

Riba dalam segala bentuk adalah dilarang.⁷⁶ Dari segi istilah bahasa sama dengan “*Ziyadah*” artinya tambahan, sedangkan menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok (modal) secara *bathil*. Dalam transaksi jual beli terdapat berbagai hal yang mengandung riba, seperti pertukaran barang yang timbangannya tidak setara, penundaan serah terima kedua barang yang ditukarkan, penundaan terhadap penerimaan barang oleh salah satu pihak dan lain sebagainya.

Menurut data hasil wawancara, Bu Katiran selaku pedagang mracang mengaku tidak pernah melakukan hal yang mendekati riba. Justru beliau hanya mengambil keuntungan sewajarnya saja sesuai harga yang berlaku di pasaran dan hanya berharap meski keuntungan yang diambil sedikit namun pelanggannya selalu ramai dan setia berbelanja kepadanya, dengan begitu beliau meyakini bahwa keuntungan yang didapatnya sedikit-sedikit akan terkumpul menjadi banyak. Selanjutnya, Pak Slamet

⁷⁶ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*, 119.

mengungkapkan bahwa beliau menghindari hal-hal yang mendekati riba dengan cara mengambil keuntungan sewajarnya saja. Karena dagangan di pasar pasti ditawar oleh konsumen, Pak Slamet memiliki cara tersendiri dalam menawarkan produknya. Yakni beliau menawarkan dengan harga yang sedikit tinggi karena beliau sudah dapat memperkirakan di angka berapa konsumen akan berhenti menawar. Sehingga, Pak Slamet sudah dapat memperkirakan keuntungan yang akan didapatkan. Begitu juga dengan Pak Samirun yang mematok harga tetap untuk jasa yang diberikannya serta Bu Mirati yang juga mematok harga tetap untuk dagangan makanan siap santapnya. Seperti halnya Pak Hendrik yang menjual barang elektronik, beliau menetapkan harga tetap seperti anjuran sales yang mengetahui harga pasaran produk serupa. Namun beliau tetap memberikan harga berbeda untuk pedagang ecer yang membeli produk elektronik miliknya dengan kuantitas yang banyak. Dengan begitu, Pak Hendrik berharap dapat membangun *branding* tokonya sebagai toko elektronik yang *amanah* dengan harga yang bersahabat.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa unsur riba telah dijauhi dengan baik oleh informan atau pedagang di Pasar Dolopo Madiun.

3. *Zalim*

Zalim, yakni jika transaksi yang dilakukan mengandung unsur yang merugikan diri, orang lain dan lingkungan.⁷⁷ Beberapa contoh dari transaksi yang mengandung kezaliman antara lain merampas hak cipta, memaksa pihak lain, menyembunyikan aib produk yang diperdagangkan dan sebagainya.

Berdasarkan data hasil wawancara, Bu Katiran mengungkapkan bahwa beliau telah berusaha dengan maksimal agar segala pelayanannya Ketika transaksi berlangsung tidak menzalimi konsumennya. Selain itu beliau juga menjaga kualitas dan kuantitas sesuai kesepakatan antara kedua

⁷⁷ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*, 119.

belah pihak agar meminimalisir terjadinya ketidakpuasan oleh salah satu pihak. Hal serupa juga dituturkan oleh Pak Slamet yang berjualan pakaian, beliau menuturkan bahwa beliau tidak pernah menyembunyikan kecacatan atau aib produk yang dijualnya. Beliau juga tidak memaksa kehendak konsumen untuk membeli dagangannya karena beliau menyadari bahwa selera konsumen sangatlah luas dan variative. Sehingga dengan begitu Pak Slamet menyadari apabila konsumen memang belum merasa cocok dengan produk yang dimilikinya. Selain itu, Pak Samirun juga sependapat bahwa beliau tidak pernah berniat untuk melakukan hal yang *zalim* kepada konsumennya. Menurutnya, hal ini disebabkan dagangannya berupa jasa sehingga dapat dinilai langsung oleh konsumen dan konsumen yang belum merasa puas atas hasil pekerjaannya dapat menyampaikan ke Pak Samirun dan dengan sigap beliau membenahinya secara langsung. Hal serupa juga dituturkan oleh Bu Mirati selaku penjual makanan siap santap dan Pak Hendrik sebagai penjual alat elektronik.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa kelima informan telah berusaha maksimal dan dengan keteguhan hatinya telah memiliki kesadaran yang tinggi untuk menghindari unsur zalim dengan sangat baik.

4. *Maysir*

Maysir yaitu suatu bentuk permainan yang didalamnya dipersyaratkan, jika salah seorang pemain menang, maka ia akan mengambil keuntungan dari pemain yang kalah dan sebaliknya.⁷⁸

Contoh dari *maysir* ini adalah judi, sedangkan beberapa aktivitas yang termasuk dalam kategori judi yang telah dilarang misalnya seperti SMS berhadiah sesuai dengan Fatwa MUI No. 9 Tahun 2008. Singkatnya, *maysir* adalah segala hal yang mengandung judi dan spekulatif. Dalam transaksi di pasar, contoh transaksi yang mengandung unsur *maysir* adalah

⁷⁸ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*. 119.

menjual produk dengan iming-iming hadiah, menjual kupon dengan menjanjikan hadiah, dan hal lain yang semacamnya.

Menurut paparan data hasil wawancara, kelima informan mengaku tidak pernah menjual atau memeperdagangkan produk maupun kupon undian dengan iming-iming hadiah atau sebagainya.

Bu Katiran dan Pak Slamet selaku informan menjawab dengan tegas bahwa beliau berdua sama-sama tidak pernah menjual barang yang demikian. Sama halnya dengan Pak Samirun yang tidak pernah menjual hal demikian karena beliau menegaskan bahwa usaha yang beliau jalankan murni hanya jasa jahit sepatu tanpa iming-iming hadiah tertentu. Sama halnya dengan Bu Mirati yang mengaku beliau pribadi tidak pernah menjual produk yang demikian. Namun ada cerita tersendiri dibaliknyanya. Usaha warung makan yang dijalankannya ternyata merupakan usaha turunan dari almarhum Ibu beliau. Semasa warung dikelola oleh ibunya, Ibu dari Bu Mirati pernah menjual produk sampingan selain makanan, yaitu lotre untuk menarik minat konsumen pada zaman itu. Selanjutnya pengakuan dari Pak Hendrik selaku penjual alat elektronik, beliau dengan tegas menjawab bahwa tidak pernah menjual barang atau mempromosikan produknya dengan iming-iming hadiah.

Menurut analisis diatas, maka dapat diketahui bahwa kelima informan atau pedagang di Pasar Dolopo telah dengan baik menghindari unsur *maysir* dalam kegiatan transaksi sehari-harinya.

5. *Gharar*

Gharar berarti mengandung unsur ketidakjelasan. *Gharar* yaitu ketidakpastian dalam transaksi yang diakibatkan dari tidak terpenuhinya ketentuan syariah dalam transaksi tersebut. Dampak dari transaksi yang mengandung *gharar* adalah adanya salah satu pihak yang terzolimi ketika bertransaksi sehingga hal ini dilarang dalam Islam.

Beberapa kategori unsur *gharar* antara lain dari segi kuantitas tidak sesuai timbangan atau takaran, kemudian dari sisi kualitas terdapat

ketidakjelasan pada kualitas barang, selanjutnya dari sisi harga adanya dua harga dalam satu transaksi, dan yang terakhir dari sisi waktu yaitu terdapat ketidakjelasan pada waktu penyerahan.

Beberapa bentuk gharar yang lain sebagai berikut:

- a. Tidak ada kepastian kapan penjual menyerahkan barang dan jasanya.
- b. Menjual sesuatu yang belum di bawah penguasaannya.
- c. Tidak memiliki kualitas dan kuantitas yang disepakati.
- d. Tidak ada kepastian harga dan kuantitas yang ditransaksikan.
- e. Objek jelas namun akad tidak jelas.
- f. Tidak ada jaminan kesesuaian akad dengan realisasi akad.
- g. Adanya unsur eksploitasi melalui manipulasi informasi atau bentuk penipuan lainnya.⁷⁹

Berdasarkan paparan data hasil wawancara, Bu Katiran selaku pedagang mracang mengakui bahwasannya beliau pernah secara tidak sengaja menjual produk yang tidak jelas kualitasnya. Hal tersebut dikarenakan sales yang biasa mengirim stok ke tokonya tiba-tiba digantikan oleh sales lain. Beliau yang biasa percaya pada sales sebelumnya karena produk yang dikirim selalu dalam keadaan baik, ternyata harus menerima kenyataan bahwa produk yang diterima terakhir kalinya berbeda lantaran pengirimnya juga berganti orang lain. Hal tersebut tentu mengecewakan konsumen sehingga konsumen harus kembali datang ke toko Bu Katiran untuk menyampaikan keluhan dan meminta pertanggungjawaban. Namun dengan sabar Bu Katiran meminta maaf atas kejadian itu dan menindaklanjuti keluhan konsumen dengan bertanggungjawab atas produk yang telah diterimanya. Selaras dengan pernyataan Pak Slamet, menurut beliau, letak kesulitan berdagang pakaian adalah Ketika stok yang dimiliki terbatas dan tidak menjangkau selera konsumen yang begitu luas. Sehingga

⁷⁹ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis*, 120.

pernah suatu hari Pak Slamet mengaku memiliki stok pakaian yang dicari konsumen tersebut padahal beliau sendiri tidak tahu apakah masih punya atau tidak sama sekali.

Hal yang berbeda disampaikan oleh Pak Samirun, Bu Mirati serta Pak Hendrik. Beliau bertiga dengan kompak menyatakan bahwa tidak pernah menjual produk yang mengandung unsur *gharar* atau ketidakjelasan dalam hal kualitas, kuantitas atau bahkan keberadaannya. Pak Samirun sebagai pedagang jasa khususnya jahit sepatu mengungkapkan bahwa hal tersebut dikarenakan beliau hanya bekerja di bidang yang sesuai dengan keahlian yang dimilikinya saja. sehingga beliau yakin dan dapat menjamin bahwa konsumen yang berdatangan tentu telah mengerti bagaimana kualitas jasa yang telah diberikannya.

Bu Mirati juga mengungkapkan bahwa beliau tidak pernah menjual produk atau menetapkan harga dengan tidak jelas. Menurutnya, produk yang dijualnya adalah makanan siap santap yang jika menggunakan produk yang tidak jelas kualitasnya maka dapat langsung diketahui oleh konsumen melalui cita rasa yang disajikan. Sedangkan perihal penetapan harga, beliau telah memasang daftar harga pada sisi tembok warungnya sehingga konsumen yang datang tahu akan beli apa saja dan dapat memperkirakan besaran uang yang harus dikeluarkan setelah makan di warung Bu Mirati.

Demikian Pak Hendrik juga dengan tegas menjelaskan hal yang demikian tidaklah ia lakukan karena dapat merusak kepercayaan konsumen. Untuk memenuhi permintaan konsumen yang memesan suatu barang dan mau menanti sesuai kesepakatan kedua belah pihak, Pak Hendrik mau mengusahakan untuk mengadakan pesanan yang diinginkan oleh konsumennya tersebut. Hal tersebut ia sanggupi karena produk yang tidak ada di tokonya dapat dipesan melalui sales yang biasa mengantar stok dagangan dan dibawakan di minggu selanjutnya.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diketahui bahwa unsur *gharar* dalam kegiatan transaksi jual beli di Pasar Dolopo telah dihindari

oleh informan atau pedagang, meski dua dari lima orang lainnya memiliki pengalaman pernah melakukannya, informan tersebut kini telah berusaha lebih berhati-hati lagi agar dapat memastikan kualitas dan kuantitas produk dapat sampai di tangan konsumen dengan baik.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pemahaman Etika Bisnis Islam Oleh Pedagang di Pasar Dolopo

Dari keseluruhan paparan data dan analisis data mengenai pemahaman etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli oleh pedagang di Pasar Tradisional Dolopo Madiun, diketahui bahwa informan atau pedagang di Pasar Dolopo hanya memiliki pengetahuan sekilas atau garis besarnya saja terkait adanya etika bisnis Islam.

2. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Dolopo

Dalam bermuamalah, semua diperbolehkan kecuali yang dilarang. Dan hal-hal yang diperbolehkan tentu jauh lebih banyak sehingga untuk memudahkan analisis maka menggunakan unsur-unsur yang dilarang dalam transaksi jual beli. Terdapat lima unsur yang harus dihindari dalam menjalankan etika dalam bertransaksi syariah. Kelima unsur tersebut antara lain haram, riba, *zalim*, *maysir* dan *gharar*. Dari kelima unsur tersebut, dapat disimpulkan bahwa unsur *haram* telah sepenuhnya dihindari oleh seluruh informan yang juga merupakan pedagang di Pasar Tradisional Dolopo Madiun. Selanjutnya mengenai unsur riba, seluruh informan telah menjauhinya dengan baik. Selain itu, kelima informan juga telah berusaha maksimal dan dengan keteguhan hatinya telah memiliki kesadaran yang tinggi untuk menghindari unsur *zalim* dengan sangat baik. Seluruh informan juga telah dengan baik menghindari unsur *maysir* dalam kegiatan transaksi sehari-harinya. Mengenai unsur *gharar*, dua dari lima orang informan memiliki riwayat pernah melakukannya, namun informan tersebut kini telah berusaha lebih berhati-hati lagi agar dapat memastikan kualitas dan kuantitas produk dapat sampai di tangan konsumen dengan baik.

Maka dapat dikatakan bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli oleh pedagang di Pasar Tradisional Dolopo Madiun sudah diterapkan dengan baik namun perlu upaya

peningkatan untuk membangun ekosistem pasar yang lebih baik seluruh *stakeholder* yang terlibat.

B. Saran

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya terutama yang berkaitan dengan ekonomi Islam di bidang perdagangan atau transaksi jual beli.

2. Bagi Pedagang Pasar Dolopo Madiun

Berdasarkan hasil penelitian di Pasar Tradisional Dolopo Madiun, diharapkan dapat memotivasi seluruh pedagang yang ada untuk dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan konsumen dan memaksimalkan implementasi etika bisnis dalam kegiatan transaksi yang ada di Pasar Tradisional Dolopo Madiun.

3. Bagi Pengelola Pasar Dolopo Madiun

Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan pengelola Pasar Dolopo Madiun hendaknya dapat meningkatkan kualitas operasional di Pasar Dolopo Madiun dengan cara turut mengawasi dan menertibkan keseimbangan hak dan kewajiban oleh pedagang maupun konsumen. Terciptanya hak dan kewajiban yang seimbang antara pedagang dan konsumen diharapkan dapat membangun pasar menjadi lebih baik dan memiliki daya saing dengan pasar modern yang dianggap lebih unggul meskipun harganya relatif lebih mahal jika dibandingkan dengan pasar tradisional. Selain itu, pengelola hendaknya menyediakan kotak saran untuk menampung aspirasi serta keluhan dari pedagang maupun konsumen. Dengan adanya kotak saran, diharapkan dapat mempermudah pengelola pasar untuk mengkoordinir saran dan masukan yang membangun untuk kemudian dapat ditindak lanjuti menjadi kebijakan di lingkungan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003.
- Alma, Buchari. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Anoraga, Pandji. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.
- Arianty, Nel. Analisis Perbedaan Pasar Modern Dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Segi Tata Letak (Lay Out) Dan Kuantitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Menawar Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 13 No. 01 April 2013 ISSN 1693-7619.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press, 2013.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Asa'diyah, Siti Halimah. "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Perilaku Pedagang Pasar Tradisional di Kedawung Mojo Kediri". Skripsi, IAIN Tulungagung, 2019.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media Group, 2006.
- Beekun, Rafik Isa. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- BPS Kabupaten Madiun. *Kecamatan Dolopo dalam Angka*. Madiun: BPS Kabupaten Madiun, 2020.
- Chotimah, Chusnul. *Analisis Etika Bisnis Islam pada Proses Produksi dan Distribusi (Penjualan) di Toko Pengrajin Kulit Pribadi Kabupaten Ponorogo*. Skripsi, IAIN Ponorogo, 2020.
- Ernawan, Erni R.. *Business Ethics*. (Bandung: Alfabeta, 2011).
- Harahap, Sofyan S.. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Hasan, Muhammad Ali. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Focus Group: Sebagai Instrumen Pengolahan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.

- Kementrian Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahnya. Bandung: Diponegoro, 2011.
- Kontjaraningrat. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia, 2010.
- Kusnia, Siti Mina. *Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Skripsi, UIN Walisongo, 2015.
- Mardiyah, Ema. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singapura Kab. Tasikmalaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010.
- Mursidah, Umi. *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional*. Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2017.
- Muthmainnah. *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh*. Skripsi UIN Ar-Raniry, 2019.
- Partanto, Pius A.. M. Dahlan Al Barry. *Kamus Ilmiah Populer Arkola*. Surabaya, 2010.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Business And Economics Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Cet. 19, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2017.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Suryana. *Metodologi Penelitian "Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif"*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.
- Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Syafe'I, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2004.
- Wiyono, Slamet. *Cara Mudah Memahami Akuntansi Perbankan Syariah Berdasar PSAK dan PAPS*. Jakarta: Grasindo, 2012.
- Yunanto, Muhammad Ismail. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Isnani, 2002.

<http://www.klikmadiun.com/2017/08/pedagang-di-luar-pasar-dolopo-makin-liar.html> diakses pada 11 Januari 2022