

**ANALISIS PRAKTIK ETIKA BISNIS ISLAM PADA
PEDAGANG KAKI LIMA *CAR FREE DAY* SUROMENGGOLO
PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Novita Dwi Rachmawati

NIM 401180078

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO
2022**

**ANALISIS PRAKTIK ETIKA BISNIS ISLAM PADA
PEDAGANG KAKI LIMA *CAR FREE DAY* SUROMENGGOLO
PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Novita Dwi Rachmawati

NIM 401180078

Pembimbing:

Unun Roudlotul Jannah, M.Ag.

NIP 197507162005012004

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

2022

Abstrak

Rachmawati. Novita Dwi. Analisis Praktik Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kaki Lima *Car Free Day* Suromenggolo Ponorogo. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing: Unun Roudlotul Janah, M.Ag.

Kata Kunci: etika bisnis Islam, pedagang kaki lima, *car free day*.

Skripsi ini berjudul “Analisis Praktik Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kaki Lima *Car Free Day* Suromenggolo Ponorogo”, yang terbagi dalam berbagai rumusan masalah, yang pertama adalah bagaimana memahami dan menerapkan etika bisnis Islami pada pedagang kaki lima di *car free day* dan yang kedua yaitu bagaimana praktik etika bisnis Islam pada pedagang kaki lima di *car free day*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pedagang kaki lima di *car free day* memahami dan menerapkan praktik bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) dengan metode kualitatif yang dilakukan melalui analisis deskriptif. Lokasi penelitian dilakukan saat *car free day* tepatnya berada di Jalan Suromenggolo, Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa mayoritas pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo tidak memahami teori tersebut, namun mereka menggunakan praktik bisnis Islam seperti yang dicontohkan Nabi dalam berdagang. Hal ini terlihat pada indikator pedagang kaki lima yang memahami etika bisnis, yang menunjukkan bahwa hanya 3 orang (20%) yang memahami etika bisnis Islam sedangkan lainnya kurang memahami bahkan tidak memahami etika bisnis Islam ini. Dalam analisis praktiknya pedagang kaki lima di *car free day* telah mempraktikannya dengan cukup baik. Namun, masih ada pedagang makanan yang tidak memahami teori dan tidak menerapkan etika bisnis karena tidak terbiasa dengan istilah tersebut dan kurangnya informasi tentang etika bisnis karena kurangnya pendidikan. Diasumsikan juga mereka sudah terbiasa melakukan perdagangan dengan mengutamakan keuntungan. Dalam berbisnis, hanya mempertimbangkan manfaat langsung dan tidak mempertimbangkan berkah atau akhirat.



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

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
I	Novita Dwi Rachmawati	401180078	Ekonomi Syariah	Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Kaki Lima <i>Car Free Day</i> Suromenggolo Ponorogo

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

Ponorogo, 26 April 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Lutfar Prasetyo, S.Ag., M.E.I.

NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Unun Roudlotul Jannah, M.Ag.

NIP.197507162005012004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

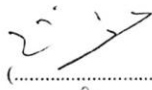

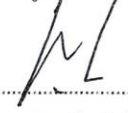
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Analisis Praktik Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kaki Lima Car
Free Day Suromenggolo Ponorogo
Nama : Novita Dwi Rachmawati
NIM : 401180078
Jurusan : Ekonomi Syariah

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

Dewan penguji:

Ketua Sidang : 
Iza Hanifuddin, Ph.D.
NIP 19690241998031002 (.....)
Penguji I : 
Yulia Anggraini, M.M.
NIDN 2004078302 (.....)
Penguji II : 
Unun Roudlotul Jannah, M.Ag.
NIP 197507162005012004 (.....)

Ponorogo, Senin/6/Juni/2022

Mengesahkan,

Dekan FEB IAIN Ponorogo


Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin M.Ag.

NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Dwi Rachmawati

NIM : 401180078

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Analisis Praktik Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kaki Lima Car Free Day Suromenggolo Ponorogo

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

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 7 Juni 2022

Penulis



(Novita Dwi Rachmawati)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Novita Dwi Rachmawati
NIM : 401180078
Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Kaki Lima *Car Free Day*
Suromenggolo Ponorogo

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

Madiun

Pembuat Pernyataan,



Novita Dwi Rachmawati

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix

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	18
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	19
2. Lokasi Penelitian.....	19
3. Data dan Sumber Data	19
4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
5. Teknik Pengolahan Data	21
6. Analisis Data	22
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	23
G. Sistematika Pembahasan.....	23

BAB II. ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pengertian Etika Bisnis	25
B. Pengertian Etika Bisnis Islam	26
C. Tujuan Etika Bisnis Islam.....	27

D. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam.....	28
E. Konsep Etika Bisnis Islam.....	29
F. Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Hadis Nabi	34
BAB III. PRAKTIK ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG KAKI LIMA CAR FREE DAY SUROMENGGOLO PONOROGO	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	37
B. Data.....	42
BAB IV. ANALISIS PRAKTIK ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG KAKI LIMA CAR FREE DAY SUROMENGGOLO PONOROGO	
A. Analisis Pemahaman Pedagang Kaki Lima di <i>Car Free Day</i> Suromenggolo Ponorogo Mengenai Etika Bisnis Islam	56
B. Analisis Praktik Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kaki Lima di <i>Car Free Day</i> Suromenggolo Ponorogo	57
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1: Data Informan	39
Tabel 3.2: Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
Table 3.4: Informan Berdasarkan Umur	41
Tabel 3.5: Pemahaman Informan Tentang Etika Bisnis Islam.....	42
Tabel 3.6: Apakah Sikap Sama-sama Suka/Saling Ridha Penting Dalam Berdagang	43
Tabel 3.7: Tanggapan Informan Tentang Etika Bisnis Membawa Keuntungan	45
Tabel 3.8: Tanggapan Informan Tentang Bisnis Bagian Dari Ibadah	45
Tabel 3.9: Pemberian Penjelasan Mengenai Kualitas Barang oleh Informan	47
Tabel 3.10: Praktik Kecurangan Informan Dalam Berdagang.....	48
Tabel 3.11: Praktik Kecurangan Informan Mengenai Kualitas Barang Dagangan.....	49
Tabel 3.12: Pelanggaran Janji Oleh Informan Kepada Pembeli	50
Tabel 3.13: Praktik Monopoli	51
Tabel 3.14: Pemberian Informasi Yang Memadai Mengenai Barang Dagangan.....	52
Tabel 3.15: Penerimaan Komplain Dari Pembeli Mengenai Kerusakan Barang.....	52
Tabel 3.16: Pelayanan Informan Yang Baik Kepada Pembeli.....	53
Tabel 3.17: Penerimaan Penggantian Barang Cacat oleh Pembeli	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini banyak yang mencari penghasilan melalui berdagang atau berniaga. Segala bentuk barang dan jasa diperjual belikan. banyak dari orang yang memutuskan untuk mencari nafkah dengan menjadi pedagang bukan karena kemauan melainkan tuntutan ekonomi. Sulitnya mencari pekerjaan terutama bagi orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan rendah sehingga mereka berfikir untuk menciptakan pekerjaan itu sendiri yaitu melalui menjadi pedagang. Salah satunya bekerja sebagai pedagang kaki lima. Pedagang kaki lima adalah usaha kecil dengan sedikit sumber daya yang beroperasi di area publik seperti jalan raya atau ruang publik.

Pedagang kaki lima menjadi salah satu usaha yang banyak peminatnya. Selain tidak harus menyewa kios atau tempat berdagang juga tidak memerlukan keterampilan khusus juga tidak memerlukan izin usaha. Banyak tempat-tempat yang dapat digunakan untuk pedagang kaki lima berjualan seperti taman, pinggir jalan, dan pada acara-acara yang banyak orang. Salah satu tempat potensial yang menjadi kesempatan para pedagang kaki lima untuk berjualan yaitu jalan yang digunakan untuk *event car free day*.

Car free day atau Hari Bebas Kendaraan Bermotor merupakan terobosan baru yang diciptakan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan. Secara teori, program ini cukup sederhana yaitu satu bagian jalan ditutup dan hanya sepeda atau pejalan kaki yang diizinkan menikmati udara segar dengan bebas. Kampanye ini telah berlangsung di seluruh dunia, dan 22 September sekarang dikenal sebagai "Hari Bebas Kendaraan Sedunia". Inisiatif ini mulai dilaksanakan di Indonesia pada 21 September 2004, *car free day* pertama dilakukan di Jakarta sepanjang ruas jalan Sudirman-Thamrin.

Program *car free day* ini memberikan kesempatan kepada para pedagang kaki lima untuk menjual dagangannya di sepanjang jalur tersebut.¹ Menurut McGee dan Yeung, Pedagang Kaki Lima memiliki arti yang sama dengan “*Street Vendor*” yang diartikan sebagai “mereka yang memasarkan barang dan jasa di tempat-tempat yang merupakan ruang publik, khususnya pinggir jalan dan trotoar”. Pemanfaatan ruang publik paling banyak dilakukan di lokasi-lokasi strategis, seperti pada saat kegiatan formal kota seperti *car free day*.²

Usaha pedagang kaki lima merupakan usaha kecil yang tidak terdaftar di pemerintah dan di luar kontrol pemerintah. Para pedagang kaki lima ini cenderung pedagang yang memiliki modal kecil. Kebanyakan pedagang kaki lima ini akan merasa puas dengan pendapatan sehari yang didapat di hari itu juga, tidak memikirkan kelancaran usaha tersebut kedepannya. Sehingga banyak dari pedagang kaki lima yang cenderung memiliki usaha yang hanya berjalan beberapa saat.

Dalam berdagang, seseorang harus memiliki etika, baik terhadap diri sendiri, orang lain, pemerintah, maupun agama. Etika, menurut Supriyono, adalah ilmu, filsafat, atau moralitas yang bertujuan untuk mengendalikan atau mensistematisasikan masalah moral serta melindungi dan mempertahankan prinsip-prinsip moral yang mendasar.³

Istilah etika menurut K. Bertens merupakan ilmu yang membahas tentang moralitas atau tentang manusia sejauh berkaitan dengan moralitas⁴ Sedangkan bisnis adalah pertukaran produk, jasa, atau uang yang saling menguntungkan. Menurut penelitian, etika bisnis adalah penerapan norma-norma moral dalam pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling

¹ Nicolaus Kanaf dan M Razif, “Efisiensi Program *Car Free Day* Terhadap Penurunan Emisi Karbon,” *Jurnal Surabaya ITS*, 2010, 6.

² Cut Sri Devi, Rustiyarso, dan Amrazi Zakso, “Dampak *Car Free Day* Bagi Pedagang Kaki Lima di Kota Pontianak,” *Program Studi Magister Pendidikan Sosiologi KIP Untan*, 3.

³ Yeni Gustiarni, “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kaki Lima di Pasar Panorama Kota Bengkulu” (Skripsi, Bengkulu, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2015), 1.

⁴ K. Bertens, *Etika* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 4.

menguntungkan dan bermanfaat bagi masyarakat, juga dikenal sebagai kegiatan jual beli.

Menurut Islam, ada aturan bisnis penting yang harus diikuti yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadits. Prinsip tauhid dan persatuan, prinsip *nubuwwah* dan kebenaran (kebijakan dan kejujuran), prinsip khilafah dan akuntabilitas, serta prinsip keadilan dan keseimbangan menjadi prinsip inti dari praktik bisnis ini. Kejujuran, keadilan, transparansi, integritas, dan profesionalisme adalah beberapa kualitas moral yang terkandung dalam prinsip-prinsip ini, yang bertentangan dengan hal-hal yang ilegal dan menindas. Ini adalah nilai-nilai universal yang dapat digunakan dalam setiap situasi dan setiap saat.

Dewasa ini penerapan etika bisnis Islam ini sering diabaikan oleh para pedagang dan pembeli. Adapun pedagang yang menerapkan etika bisnis Islam namun belum sesuai dengan prinsip-prinsip etika dalam berdagang menurut Islam. Para pedagang sering mengesampingkan etika bisnis Islam ini demi mendapatkan keuntungan-keuntungan yang lebih bagi usahanya. Sehingga hal tersebut dapat menyebabkan kerugian material dan moral bagi para pembeli.

Bisnis sejati adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika untuk memberikan dampak yang menguntungkan bagi pelanggan. Hal ini penting untuk kelangsungan bisnis karena keberhasilan sebuah perusahaan mungkin tergantung pada etika karyawannya. Semua orang, terutama pedagang *car free day*, menghargai penerapan etika perusahaan di masyarakat. Ponorogo Suromenggolo.

Car free day atau Hari Bebas Kendaraan Bermotor adalah salah satu program yang dibuat Pemerintah Kabupaten Ponorogo yang diadakan setiap hari minggu di Jalan Suromenggolo Ponorogo. Acara *car free day* mulai diadakan atau berjalan tahun 2016. Salah satu tujuan diadakannya acara *car free day* ini adalah agar warga Ponorogo khususnya dapat mengikuti kegiatan olahraga di daerah tersebut tanpa terhalang atau terganggu oleh kendaraan bermotor apapun, baik roda dua maupun empat. Mulai pukul 05.00-09.00,

biasanya diadakan *car free day* untuk mengurangi intensitas kendaraan bermotor.

Hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pedagang kaki lima yang ada di *event car free day* Suromenggolo Ponorogo yaitu terdapat kurang lebih 140-150 pedagang kaki lima setiap minggunya. Dan dari hasil observasi awal peneliti mayoritas pedagang kaki lima yang ada di acara *car free day* Suromenggolo beragama Islam. Namun, dari survey beberapa pedagang belum mengetahui dan paham betul mengenai etika bisnis Islam. Bahkan terdapat pedagang yang belum mengetahui etika bisnis secara umum.⁵

Pedagang kaki lima sering kurang memiliki kesadaran dan pelaksanaan standar bisnis yang Islami, terbukti dari pedagang kaki lima pada acara *car free day* Suromenggolo Ponorogo. Mereka melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam dengan menghalalkan segala cara untuk meningkatkan keuntungan tanpa mempertimbangkan baik buruknya orang lain, keadilan dalam berurusan dengan konsumen, pedagang yang tidak selalu ramah dan sopan kepada pembeli, tidak menepati janji, dan tidak jujur dengan pembeli. Pembeli dengan menjual barang dalam kondisi buruk dan dengan harga yang tidak wajar.

Untuk lebih jelasnya penulis mengutip berbagai kejadian yang menyangkut pelaksanaan jual beli pada acara *car free day* Suromenggolo Ponorogo, antara lain:

1. “waktu itu pernah saya membeli jajanan di *car free day* tapi pedagangnya kurang ramah dan terkesan abai. Padahal saya rasa saya sudah sopan kepada pedagang. Dan itu terjadi beberapa kali dan tidak hanya satu pedagang. Saya jadi kurang nyaman”⁶
2. “pernah saya beli pakaian di *car free day* Ponorogo, pada saat saya membeli saya tidak meneliti dengan baik barang tersebut. Setelah saya sampai rumah baru kemudian saya lihat lagi dan ternyata terdapat cacat

⁵ Observasi, 21 November 2021.

⁶ Putri, *Wawancara*, 7 November 2021.

pada barang yaitu ada kain yang sepertinya tidak terjahit dan terdapat noda di pakaian tersebut”⁷

Padahal, menurut ajaran Islam seperti yang dicontohkan Nabi Muhammad saw, umat Islam telah diajari cara berbisnis. Dalam berdagang, ia selalu mengambil sikap yang sejalan dengan konsep etika bisnis Islami seperti kejujuran dan keramahan, serta prinsip bisnis Islami seperti nilai *siddiq, amanah, tabliq, fathanah*, serta nilai moral dan keadilan..

Berdasarkan data dan uraian di atas. Hal ini menjadi landasan bagi penulis untuk melanjutkan penelitian etika bisnis Islam, maka judul skripsi ini adalah “Analisis Praktik Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kaki Lima *Car Free Day* Suromenggolo Ponorogo”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks masalah tersebut, maka permasalahan mendasar dalam penelitian ini adalah apakah pedagang kaki lima dalam acara *car free day* Suromenggolo Ponorogo menganut Etika Bisnis Islam sebagaimana diuraikan dalam rumusan masalah berikut ini:

1. Bagaimana pemahaman pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo mengenai etika bisnis Islam?
2. Bagaimana praktik etika bisnis Islam pada pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa pemahaman pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo mengenai etika bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui praktik etika bisnis Islam pada pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran-pemikiran ilmiah yang dapat memperluas batas-batas dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam ranah

⁷ Ruri, *Wawancara*, 7 November 2021.

ekonomi Islam dan konsep etika bisnis Islam sebagaimana dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw.

- b. Sebagai sumber pengetahuan bagi pembaca yang tertarik dengan etika bisnis, khususnya etika bisnis Islam.
- c. Menambah ilmu pengetahuan etika bisnis Islam.

2. Praktis

Kajian ini akan menjadi pedoman bagi para pedagang kaki lima yang menerapkan etika bisnis Islami dalam acara *car free day* Suromenggolo Ponorogo, sekaligus sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah setempat untuk menerapkan etika bisnis Islam kepada seluruh pedagang kaki lima di wilayah Ponorogo.

- a. Jika seseorang menjadi pemilik bisnis yang sukses, studi ini dapat digunakan sebagai referensi di masa depan.
- b. Memberikan gambaran tentang perlunya memasukkan praktik bisnis Islam ke dalam operasi sehari-hari.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan peneliti sebagai bahan referensi, yaitu: Jurnal Ira Puspitasari, Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Agama Islam, Universitas Ibn Khaldun, “Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)”. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah banyak pedagang di pasar Leuwiliang menunjukkan perilaku yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, mendorong peneliti untuk menyelidiki pemahaman pedagang tentang etika bisnis Islam dan penerapannya di pasar Leuwiliang.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun para pedagang di Pasar Leuwiliang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis syariah dalam operasi sehari-hari mereka, tidak semua dari mereka benar-benar memahami apa yang dimaksud dengan etika bisnis syariah. Temuan menunjukkan bahwa pengetahuan agama pedagang telah diterapkan pada kegiatan ekonomi

mereka. Mereka menjalankan bisnis mereka sambil mengikuti pedoman ajaran Islam.⁸

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu terletak pada lokasi penelitian, dapat dilihat juga objek penelitian dari penelitian ini yaitu pedagang pasar Leuwiliang yang mayoritas pedagang yang menggunakan timbangan sehingga takaran timbangan menjadi salah satu indikator penerapan etika bisnis Islam sedangkan penulis dalam penelitiannya akan meneliti pedagang kaki lima. Persamaan antara kedua penelitian ini yaitu instrument penelitiannya.

Skripsi Ahmad Sholeh, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kaki Lima Di Pujasera Sragi Kabupaten Pekalongan”. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu banyaknya pedagang yang menjalankan bisnisnya sesuka hati, yang jelas bertentangan dengan etika bisnis islam maka dari itu peneliti ingin meneliti mengenai perilaku pedagang di Pujasera Sragi Kabupaten Pekalongan dan implementasi etika bisnis yang ada disana. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan dari etika bisnis Islam yang digunakan yaitu prinsip tauhid, prinsip adil, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab yang dijadikan tolak ukur etis atau tidaknya suatu bisnis. Dalam penelitian pada pedagang kaki lima di Pujasera Sragi didapatkan kesimpulan bahwa mereka menjalankan usaha atau bisnis nya sesuai dengan ajaran Islam, meskipun mereka belum terlalu mengerti yang dimaksud dengan etika atau perilaku dalam berbisnis.⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis dapat dilihat pada tujuan penelitian: penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis syariah, sedangkan penelitian penulis bertujuan untuk

⁸ Ira Puspitasari, “Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang),” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, No.1, 3 (1 Januari 2019): 40–51.

⁹ Achmad Sholeh, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kaki Lima di Pujasera Sragi Kabupaten Pekalongan” (Skripsi, Pekalongan, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan, 2019).

mengetahui pemahaman dan praktik bisnis syariah. etika. Perbedaan berikutnya ditemukan di tempat yang berbeda.

Skripsi Umi Mursidah, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu terdapat perilaku menyimpang yang ditemukan di pasar tradisional di lokasi penelitian yang disebabkan oleh tingginya persaingan bisnis sehingga pemilik bisnis melakukan segala cara agar bisnisnya tetap berjalan. Menurut temuan penelitian ini, para pedagang di Pasar Betung belum menerapkan etika bisnis secara umum secara memadai karena hanya indikator hukum dan indikator ajaran agama yang diterapkan dengan baik. Sementara itu, para pedagang di Pasar Betung belum sepenuhnya menerapkan indikator ekonomi dan etika masing-masing pelaku usaha.¹⁰

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu terletak pada tujuan penelitian, Penelitian ini akan mengkaji pemahaman dan praktik etika bisnis syariah pada pedagang kaki lima di CFD Suromenggolo Ponorogo, sedangkan penelitian ini akan mengetahui penerapan etika bisnis syariah dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Betung. Persamaannya terletak pada instrument penelitian.

Jurnal Gadis Amiyati Athar, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Abdul Halim Al-Ishlaiyah Binjai, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara”. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah masih rawannya terjadi kecurangan yang dilakukan pebisnis dalam menjalankan bisnisnya dan sering terjadi di pasar tradisional sehingga penulis ingin melakukan penelitian ini di pasar Binjai yang merupakan tempat strategis bagi para pedagang. Berdasarkan temuan penelitian ini, pedagang di Pasar Tradisional Kota Binjai belum

¹⁰ Umi Mursidah, “Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)” (Skripsi, Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017).

menerapkan praktik bisnis syariah dalam perdagangannya. Ada 17 orang dalam kelompok kurang baik (20%), seperti yang dapat diamati.¹¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah jenis penelitiannya: penelitian gadis ini Amiyati menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, sedangkan penelitian penulis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Kesamaan antara kedua subjek, terutama pedagang atau pelaku usaha, menjadi subjek penyelidikan.

Skripsi Indra Aditya Makkasau, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro Di Kelurahan Rampong Kota Palopo”. Di Desa Rampoang Kota Palopo permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah belum adanya penerapan etika bisnis Islami pada usaha mikro. Masih ada pemilik usaha mikro yang mengabaikan etika bisnis Islami dengan merasionalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan lebih. Berdasarkan temuan penelitian ini, penerapan etika bisnis syariah di Usaha Mikro Desa Rampong Palopo sudah sesuai dengan syariah Islam, meskipun masih ada hal-hal tertentu yang kurang tepat, seperti pedagang yang tidak menyenangkan dan sebagainya.¹²

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu dapat dilihat dari lokasi penelitian, objek penelitian. Pada penelitian Indra Aditya objek penelitiannya yaitu usaha mikro dan pada penelitian ini pedagang kaki lima. Perbedaan lainnya juga dapat dilihat dari tujuan penelitian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam sedangkan penelitian yang akan dilakukan dilakukan oleh penulis meneliti mengenai pemahaman dan praktik etika bisnis Islam. Persamaan antara kedua penelitian ini yaitu pada instrument penelitiannya.

¹¹ Gadis Arniyati Athar, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Di Pasar Tradisional di Kota Binjai Smatera Barat,” *Wahana Inovasi*, No.1, 9 (Juni 2020).

¹² Indra Aditya Makkasau, “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro di Kelurahan Rampong Kota Palopo” (Skripsi, Palopo, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2019).

Skripsi Zulfikar, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, “Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Pasar Sentral Kabupaten Dompus NTB”. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu pasar sentral kabupaten yang merupakan salah satu tempat terjadinya banyak transaksi jual beli yang mana penjualnya mayoritas beragama Islam khususnya pedagang kaki lima. Namun tidak juga dapat dipungkiri bahwa dengan beraneka macam karakter dari pelaku usaha baik pedagang maupun konsumen masih saja ada perilakunya yang menyimpang etika bisnis Islam. Diantaranya yaitu pedagang yang kurang ramah dalam melayani konsumen dan ada juga pedagang kaki lima yang tidak menepati janjinya terhadap pembeli.¹³

Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian penulis terletak pada lokasi penelitian dan titik penelitian yang digunakan dari sudut pandang bisnis. Dalam penelitian ini menggunakan tolak ukur tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban dan ihsan sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis menggunakan tolak ukur *tabligh amanah*, *fathanah* dan *shidiq*. Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu tujuan penelitian yang sama-sama bertujuan untuk meneliti penerapan etika bisnis Islam pada pelaku usaha khususnya pedagang kaki lima.

Jurnal Khairil Umuri dan Azharyah Ibrahim, Universitas Syiah Kuala Banda Aceh dan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, “ Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. Masalah yang diteliti dalam makalah ini adalah bahwa larangan bekerja dalam Islam menghalalkan segala cara, termasuk penipuan, penipuan, sumpah palsu, riba, suap, dan perilaku ilegal lainnya. Akan tetapi, telah banyak terjadi perubahan etika dalam bisnis, seperti perdagangan yang tetap menggunakan sistem riba, gharar, pengurangan timbangan atau takaran, tadlis, ihtikar, dan perbuatan batil lainnya. Hal ini disebabkan kurangnya rasa tanggung jawab pedagang.

¹³ Zulfikar, “Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Pasar Sentral Kabupaten Dompus NTB” (Skripsi, Makassar, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020).

Oleh karena itu, peneliti berusaha untuk melihat apakah perilaku pedagang kaki lima di Kota Banda Aceh sudah sesuai dengan etika bisnis yang baik. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penjual jajanan kaki lima di Kota Banda Aceh menganut norma-norma bisnis Islam, seperti ketaatan beragama, seperti perilaku religius (*tauhid*), keseimbangan (*‘adl*), kehendak bebas (*ikhtiyar*), tanggung awab (*fard*) dan kebajikan (*ihsan*).¹⁴

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah pada latar belakang penelitiannya; penelitian ini didasarkan pada banyak penelitian lain yang menunjukkan bahwa masih ada pedagang yang menyimpang dari etika bisnis Islam, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan didasarkan pada kenyataan bahwa masih ada pedagang yang tidak mengikuti etika bisnis Islam pada penelitian ini. sehingga penulis ingin meneliti pedagang lain yang lebih menyimpang. Persamaan dari kedua penelitian tersebut adalah sama-sama melihat penerapan norma ekonomi Islam pada pedagang kaki lima.

Jurnal Darmawati, STAIN Samarinda, “Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-buahan di Kota Samarinda)”. Latar belakang penelitian ini berbeda dengan penelitian yang akan penulis teliti; penelitian ini didasarkan pada banyak penelitian lain yang menunjukkan bahwa masih ada pedagang yang menyimpang dari etika bisnis Islam, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan didasarkan pada kenyataan bahwa masih ada pedagang dalam penelitian ini yang tidak mengikuti etika bisnis Islam. Kedua penelitian ini memiliki banyak kesamaan karena sama-sama melihat bagaimana sila ekonomi Islam diterapkan pada pedagang kaki lima.¹⁵

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu pada fokus penelitian, pada penelitian ini fokus penelitian

¹⁴ Khairil Umuri Azharsyah Ibrahim, “Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam,” *Jurnal Iqtisaduna*, 2, 6 (2020).

¹⁵ Darmawati, “Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-buahan di Kota Samarinda),” *Fenomena*, 2, IV (2012).

terletak pada penentuan harga dan takaran timbangan karena yang menjadi objek penelitian ini yaitu para pedagang buah yang erat kaitannya dengan timbangan. Sedangkan penelitian penulis akan berkonsentrasi pada perilaku pedagang dalam konteks etika bisnis Islam secara keseluruhan. Kecuali subjek penelitian ini, penelitian ini serupa karena menggunakan pengertian etika perusahaan..

Skripsi Amaliyah Khasanah, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Kaki Lima di Kawasan Kuliner Gemek Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah dalam wawancara awal dengan beberapa pedagang diketahui bahwa masih terdapat pedagang yang melakukan praktik jual beli yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Salah satunya adalah penjual jajanan yang mencampur barangnya dengan sisa makanan kemarin sehingga menimbulkan ketidakpuasan di kalangan pelanggan karena rasanya jelas berbeda, seperti halnya pedagang sosis bakar dan pedagang lainnya. Ada juga pedagang yang menetapkan harga yang tidak sesuai dengan kesepakatan yang berlaku di antara pedagang. Alhasil, para ahli lebih banyak mengkaji penerapan norma bisnis syariah pada pedagang kaki lima di kawasan kuliner Gemek.¹⁶

Hasil penelitian ini yaitu pemahaman para pedagang mengenai etika bisnis Islam terlihat dari pedagang yang memberikan pelayanan yang baik dengan bersikap ramah dan tersenyum pada para pembeli. Para pedagang meyakini segala sesuatu yang dilakukan termasuk berdagang yang sesuai ajaran Islam akan mendapatkan ridho Allah SWT. Implementasi etika bisnis memang tidak semua dari pedagang menerapkannya akan tetapi sebagian pedagang lainnya telah mengimplementasikan etika bisnis Islam ini dalam menjalankan usahanya. Perbedaan kedua penelitian ini yaitu terletak pada

¹⁶ Amaliyah Khasanah, “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Kaki Lima di Kawasan Kuliner Gemek Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan” (Skripsi, Pekalongan, Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, 2020).

tempat peneliti dan objek penelitian yang diteliti. Selain dari dua hal tersebut dapat dikatakan bahwa kedua penelitian ini hampir sama.

Skripsi Aprilia Tri Wulandari, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako di Pasar Dolopo Madiun”. Perilaku pedagang sembako di Pasar Dolopo Madiun yang tidak sesuai dengan norma etika bisnis Islami menjadi subyek penelitian ini. Pihak lain dirugikan akibat pergeseran prinsip bisnis syariah dalam aktivitas jual beli penjual makanan. Kerugian ini terjadi sebagai akibat dari kegagalan pedagang untuk mengikuti standar bisnis Islami dalam menjalankan operasinya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa para pedagang di Pasar Dolopo Madiun menguasai prinsip-prinsip bisnis Islam dengan baik tetapi tidak menyadari perlunya mempraktikkannya dalam operasi perdagangan mereka. Akibatnya, beberapa aspek etika bisnis Islami belum diterapkan oleh para pedagang.¹⁷

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis teliti yaitu tempat penelitian sedangkan persamaan dari kedua penelitian ini terletak pada tujuan penelitian, rumusan masalah dan konsep etika bisnis yang dijadikan patokan penelitian ini.

Skripsi Dheka Hesty Arline, Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, “Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)”. Tentu tidak dapat disangkal adanya etika dalam berbisnis secara Islami. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini yaitu Pasar Chinangsi yang mayoritas pedagangnya beragama Islam (berdasarkan catatan penduduk menurut kepala desa Cinangsi, Bapak Danis Husaini Dahlan), menjadi fokus penelitian ini. Namun, jelas bahwa keragaman kepribadian pelaku usaha, baik penjual maupun pembeli, serta daya saing antar pelaku usaha, dapat menimbulkan pelanggaran dan perbedaan harga. Terkadang, perbedaan pendapat dan

¹⁷ Aprilia Tri Wulandari, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako di Pasar Dolopo Madiun” (Skripsi, Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2021).

konfrontasi muncul karena masing-masing pihak memiliki perspektif yang bertentangan dengan standar bisnis Islam.¹⁸

Menurut hasil survei ini, mayoritas pedagang di pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap menganut lima standar etika bisnis yang tercantum di atas. Meskipun masih ada beberapa pedagang yang tidak mengikuti pedoman ini, namun mayoritas pedagang telah bertransaksi sesuai dengan standar etika bisnis Islam. Meskipun mereka tidak memahami etika bisnis Islam, mereka melakukan operasi perdagangan mereka sesuai dengan ajaran Islam dan tidak terlibat dalam perilaku yang melanggar lima prinsip etika bisnis yang tercantum di atas. Meskipun masih ada beberapa pedagang yang tidak mengikuti pedoman ini, sebagian besar dari mereka telah melakukan bisnis sesuai dengan etika bisnis Islam. Meskipun mereka kurang memahami etika bisnis Islam, mereka selalu melakukan operasi komersial mereka sesuai dengan prinsip-prinsip iman Islam dan tidak terlibat dalam perilaku yang dilarang dalam Islam.

Perbedaan antara kedua penelitian ini yaitu terdapat pada tempat penelitian dan konsep etika bisnis yang digunakan menjadi tolak ukur penerapan etika bisnis Islam. Sedangkan persamaannya terdapat pada metode penelitian juga terdapat pada tujuan penelitian dan latar belakang masalah yang menjadi alasan perlunya penelitian.

Skripsi Khirjudin Aqlis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung)”. Topik yang diteliti adalah daya saing bisnis yang saat ini berada pada titik tertinggi sepanjang masa, di mana para pelaku bisnis akan melakukan apa saja untuk mendapatkan keuntungan, dan di mana beberapa pelaku bisnis tidak mempedulikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Pedagang di pasar tradisional rawan akan hal tersebut dalam melakukan perdagangannya,

¹⁸ Dheka Hessty Arline, “Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)” (Skripsi, Purwokerto, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020).

misalnya banyak dijumpai pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan usahanya, sehingga terjadi penyimpangan dalam memperoleh keuntungan saat berdagang dengan mengubah takaran, mencampur barang yang berkualitas baik secara tergesa-gesa, yang pasti akan dilakukan oleh para pebisnis dengan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan, bahkan terkadang para pebisnis pun tidak memperdulikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Pedagang yang beroperasi di pasar tradisional lebih mungkin mengalami hal ini. Misalnya, banyak ditemukan pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan usahanya, sehingga terjadi penyimpangan dalam memperoleh keuntungan saat berdagang dengan mengubah takaran atau mencampurkan barang berkualitas tinggi dengan barang berkualitas rendah.¹⁹

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pedagang produk pertanian di pasar Koga Bandar Lampung memiliki pemahaman yang kuat tentang etika bisnis Islam. Para pedagang etika bisnis Islam mengetahui cara berdagang dengan mengikuti apa yang diperintahkan dalam Al-Qur'an dan diajarkan oleh Nabi Muhammad saw. Pedagang hasil pertanian di pasar Kota Bandar Lampung telah diperbolehkan menggunakan praktik bisnis syariah dalam menjalankan perusahaannya. Namun jika dilihat dari 5 prinsip etika bisnis dalam perspektif ekonomi Islam, ada beberapa pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islami, karena masih memiliki perilaku pedagang hasil pertanian di pasar Koga, Bandar Lampung dimana mereka tidak sholat 5 waktu, tidak jujur dalam menjelaskan kualitas barang dagangannya, dan merubah takaran timbangan.

Perbedaan dalam kedua penelitian ini yaitu fokus dari penelitian, penelitian ini berfokus kepada bagaimana para pedagang dalam hal takaran timbangan karena objek penelitian nya yaitu pedagang di pasar yang mayoritas menggunakan timbangan Sedangkan penelitian penulis akan fokus pada sikap dan perilaku pedagang dalam menjalankan usahanya.

¹⁹ Khirjudin Aqlis, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung)" (Skripsi, Lampung, Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.).

Skripsi Rafidah, Program Studi Muamalah Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Parepare, “Perilaku Pedagang Sayur-Mayur Di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)”. Model campuran, di mana pedagang mencampur kualitas sayuran dari yang baik hingga yang buruk dan kemudian menjualnya dengan harga yang sama, adalah masalah yang diselidiki oleh pedagang sayuran yang menjual sayuran. Tentu hal ini merugikan pembeli, yang tidak boleh dirugikan saat melakukan jual beli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah para pedagang di pasar induk Pinrang mengikuti etika bisnis Islam, apakah ada pedagang yang sengaja atau tidak sengaja memperdagangkan sayuran dengan model campuran (campuran), dan bagaimana mereka bertanggung jawab jika pembeli menemukan kesalahan. dan bagaimana pengaruhnya terhadap etika perusahaan.²⁰

Temuan penelitian menunjukkan bahwa baik penjual maupun pembeli menyadari kontrak hukum dan syarat jual beli. Namun sebagian pedagang belum mengikuti kriteria hukum jual beli, serta norma etika bisnis Islami, namun mayoritas pedagang sayur di Pasar Induk Pinrang telah mengikuti persyaratan hukum jual beli. Demikian pula pedagang yang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islami dan telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islami masih dapat ditemukan.

Skripsi Anwar Rusdi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, “ Analisis Perilaku Pedagang Pasar Songgolangit Ponorogo dalam Perspektif Islam Yusuf Al-Qaradhawi”. Penulis menemukan fenomena pedagang yang pada umumnya mempromosikan komoditas mereka dengan paksaan dan pendekatan emosional, baik dengan nada tinggi atau memohon, dalam penelitian ini. Dalam hal kejujuran, beberapa vendor yang dilihat penulis terus mendekati calon konsumen dengan mengklaim bahwa barang mereka adalah yang terbaik dan termurah, padahal sebenarnya masih banyak barang dagangan identik yang lebih baik dan/atau lebih baik jika dilacak ke lokasi di

²⁰ Rafidah, “Perilaku Pedagang Sayur-Mayur Di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)” (Skripsi, Parepare, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Parepare, 2020).

pasar. murah. Pembeli dan pelanggan Pasar Songgolangit Ponorogo diharapkan dapat memperoleh barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar.²¹

Hasil penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan. Pertama, para pedagang pasar tradisional Songgolangit Ponorogo memiliki pemahaman yang jelas tentang komoditas yang dilarang oleh Islam untuk diperdagangkan. Makanan dan pakaian adalah contoh produk yang diperdagangkan yang tidak mengandung bahan haram. Kedua, para pedagang pasar tradisional Songgolangit Ponorogo mengakui bahwa prinsip kejujuran dalam berbisnis harus ada, karena kejujuran adalah jalan untuk memperoleh derajat yang lebih besar baik secara materi maupun di sisi Allah SWT. Pedagang juga menyadari bahwa kejujuran adalah aspek terpenting dalam menjalankan bisnis, karena kejujuran memungkinkan pelanggan untuk tetap terjaga dan kembali ke toko, yang menghasilkan peningkatan penjualan.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif diterapkan dalam penelitian ini. Metode kualitatif, atau metode penelitian kualitatif, adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi postpositivis yang digunakan untuk mengkaji kondisi objek alam (bukan eksperimen), dimana peneliti sebagai instrumen utama, teknik pengumpulan data bersifat triangulasi (gabungan), data analisis bersifat induktif/kualitatif.²²

Kajian ini merupakan salah satu bentuk studi lapangan, yaitu mengkaji kasus-kasus yang terjadi di lapangan atau di suatu masyarakat. Pada hakekatnya penelitian lapangan merupakan suatu strategi untuk menentukan apa yang sedang terjadi dalam suatu masyarakat secara rinci

²¹ Anwar Rusdi, "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Songgolangit Ponorogo dalam Perspektif Islam Yusuf Al-Qaradhawi" (Skripsi, Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2019).

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: ALFABETA CV, 2013), 9.

dan realistis. Ini merupakan studi lapangan yang dilakukan pada acara *car free day* Ponorogo Suromenggolo.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana memahami dan menganalisis penerapan prinsip bisnis syariah pada pedagang kaki lima pada acara *car free day* Suromenggolo Ponorogo. Peneliti memfokuskan pada data berupa kata-kata, tulisan, atau gambar untuk memenuhi tujuan penelitian.

2. Lokasi Penelitian

Peneliti menentukan lokasi penelitian sebagai langkah awal dalam memulai suatu penelitian. Penelitian ini mengambil tempat pada acara *car free day* di Jalan Suromenggolo Ponorogo. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan atas pertimbangan bahwa acara *car free day* ini merupakan acara yang diselenggarakan di tempat yang strategis dan waktu yang strategis yaitu hari minggu sehingga banyak pengunjung. Acara ini diselenggarakan di kota Ponorogo sehingga penduduk serta pedagangnya notabene beragama Islam.

Sehingga penulis akan melakukan penelitian di *car free day* Suromenggolo Ponorogo karena pada kenyataannya praktik jual belinya belum terlaksana sesuai dengan etika bisnis Islam. Masih terdapat praktik jual beli yang melanggar etika bisnis yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw. Sehingga konsumen merasa kerugian dalam bentuk materil maupun moril. Atas dasar tersebutlah penulis akan melakukan penelitian secara mendalam mengenai pemahaman dan praktik etika bisnis Islam ini di acara *car free day* Suromenggolo Ponorogo.

3. Data dan Sumber Data

a. Data Penelitian

Dalam penelitian ini data-data yang dibutuhkan adalah:

- 1) Pemahaman pedagang kaki lima terkait dengan etika bisnis Islam.
- 2) Penerapan etika bisnis Islam di *car free day* Suromenggolo, Ponorogo

b. Sumber Data

Data penelitian ini berasal dari sumber primer. Data primer adalah informasi yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber data utama oleh peneliti. Data asli, atau data baru dengan (*up to date*), adalah nama lain dari data primer. Peneliti harus memperoleh data primer secara langsung untuk memperolehnya. Observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner merupakan metode yang dapat digunakan peneliti untuk memperoleh data primer.²³

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan langsung dari informan lapangan sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, informan adalah pedagang yang menjajakan dagangannya secara bebas yang bertransaksi pada saat acara *car free day* yang juga dikenal dengan pedagang kaki lima, serta pembeli atau pelanggan yang berdomisili di Ponorogo. Pedagang yang menjual jajanan dan pakaian termasuk dalam kelompok pedagang yang menjadi informan. Diantaranya menjual makanan ringan seperti pentol, jus, bubur ayam dan lain sebagainya. Jumlah keseluruhan informan untuk pedagang kaki lima yang berada di acara *car free day* 140-150 pedagang. Dari banyaknya pedagang serta pembeli peneliti akan mengambil sebagian sebagai informan. Dalam penelitian kualitatif tidak dipersoalkan jumlah sampel/informan, semuanya tergantung pada kompleksitas dan keberagaman fenomena yang diteliti.²⁴

Dengan demikian, data yang diterima langsung dari informan sangat erat kaitannya dengan masalah yang akan diteliti, data diperoleh melalui studi lapangan terutama berupa informan yang berasal dari wawancara peneliti dan instrumen angket dengan

²³ Enny Radjab Andi Jam'an, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 117.

²⁴ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan, Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing, 2020), 43.

pedagang kaki lima dan konsumen pada saat acara. *car free day* Ponorogo, Suromenggolo.

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Peneliti dalam penelitian ini melakukan observasi atau pengamatan tentang aktivitas bisnis pedagang kaki lima pada acara *car free day* Suromenggolo Ponorogo, kemudian melakukan perbandingan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw, apakah dianut atau tidak oleh pedagang kaki lima pada *car free day* di Suromenggolo Ponorogo.

b. Wawancara

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang relevan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini, terutama yaitu pedagang kaki lima yang ada di *car free day* Suromenggolo Ponorogo dan sebagai penguat dari hasil wawancara tersebut maka peneliti juga mengkonfirmasi data melalui pembeli di *car free day* Suromenggolo Ponorogo. Peneliti mendokumentasikan hasil wawancara untuk alasan pengolahan data agar wawancara lebih valid. Mekanisme wawancara dilaksanakan melalui wawancara terbimbing yang dilakukan peneliti dengan pedagang kaki lima dan pembeli pada saat acara *car free day* Suromenggolo Ponorogo.

c. Dokumentasi

Setelah prosedur observasi dan wawancara, strategi pengumpulan data melalui dokumentasi menjadi pelengkap dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi adalah sarana untuk memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, angka tertulis,

dan foto dalam bentuk laporan dan informasi yang dapat digunakan untuk menunjang penelitian.²⁵

5. Teknik Pengolahan Data

- a. Reduksi data, yaitu meringkas, memilih item yang paling signifikan, fokus pada item yang paling penting yang relevan dengan topik studi, mencari tema dan pola, dan pada akhirnya membuat gambaran yang lebih jelas dan memudahkan pengumpulan data lebih lanjut.²⁶ Dari awal kegiatan observasi sampai akhir pengumpulan data, peneliti melakukan kegiatan ini secara rutin. Data praktik bisnis pedagang kaki lima dan pelanggan pada acara *car free day* Suromenggolo Ponorogo kemudian diturunkan.
- b. Penyajian data, yang dapat berbentuk ringkasan singkat, bagan, hubungan kategori, bagan rendah, dan sejenisnya. Data tersebut akan dirinci untuk menentukan tingkat validitasnya, kemudian diteliti dengan menggunakan pendekatan kualitatif.
- c. Penarikan kesimpulan, Dalam penelitian kualitatif, penarikan kesimpulan menggunakan proses deduktif, yang dimulai dengan teori dan kemudian mengungkapkan fenomena yang terjadi berdasarkan teori sebelum menarik kesimpulan.

6. Analisis Data

Analisis data adalah pencarian catatan pengamatan, wawancara, dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang subjek yang diselidiki dan menyajikannya sebagai temuan. Untuk menemukan maknanya, dilakukan analisis data. Tindakan hati-hati mengevaluasi dan merakit semua catatan lapangan dari pengamatan, transkrip wawancara, dan bahan-bahan lain yang diperoleh untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman tentang data dan

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: ALFABETA CV, 2013), 476.

²⁶ *Ibid.*, 247.

menjelaskan apa yang telah ditemukan dari penelitian yang dikenal sebagai analisis data.

Dengan demikian, peneliti melakukan investigasi rinci pengolahan data berdasarkan observasi dan wawancara. Peneliti selanjutnya memilah dan memilih data mana yang relevan dan berguna untuk masalah penelitian ini untuk mengurangi data. Sebagai tahap akhir dari penelitian ini, peneliti menyajikan hasil penelitian dan menarik kesimpulan serta implikasi penelitian.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Validitas data merupakan pengertian krusial yang berkembang dari konsep validitas (*validity*) dan reliabilitas (*reliability*), dan telah disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, standar, dan paradigma tersendiri. Peneliti memanfaatkan strategi triangulasi untuk memeriksa kebenaran data mereka. Teknik-teknik ini meliputi:

- a. Berbagai jenis pertanyaan diajukan oleh peneliti.
- b. Peneliti melakukan pengecekan dengan berbagai sumber data

Peneliti membandingkan data hasil dari pengamatan dengan data yang diperoleh dari wawancara.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dan pemahaman tesis ini, penulis membaginya menjadi lima bab yang masing-masing bab dibagi menjadi banyak sub bab yang masing-masing merupakan pembahasan komprehensif yang saling berhubungan satu sama lain. Sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab I adalah pendahuluan. Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu, metode penelitian (pendekatan penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, analisis data, pengecekan keabsahan data).

BAB II Kajian Teori

Bab II adalah landasan teori. Bab ini membahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang meliputi teori tentang pengertian etika bisnis, pengertian etika bisnis Islam, tujuan etika bisnis Islam, dasar hukum etika bisnis Islam, konsep etika bisnis Islam, etika bisnis Islam dalam perspektif hadis nabi.

BAB III Data Penelitian

Bab III adalah data penelitian. Dalam bab ini membahas mengenai gambaran umum acara *car free day* di jalan Suromenggolo Ponorogo dan sejarah lokasi penelitian, praktik jual beli di acara *car free day* di Jalan Suromenggolo Ponorogo, pemahaman etika bisnis Islam pedagang di *car free day* di jalan Suromenggolo Ponorogo dan praktik etika bisnis Islam *car free day* di jalan Suromenggolo Ponorogo.

BAB IV Analisis Data

Bab IV adalah data dan analisa. Bab ini membahas analisis etika bisnis syariah yang ada di tempat penelitian yang meliputi pemahaman pedagang kaki lima di *car free day* mengenai etika bisnis Islam dan penerapan etika bisnis Islam oleh para pedagang kaki lima.

BAB V Penutup

Bab V adalah penutup. Pada bab terakhir ini akan diambil kesimpulan dari semua yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, serta rekomendasi penelitian untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB II

ETIKA BISNIS ISLAM

A. Pengertian Etika Bisnis

Kata etika, dalam bahasa Yunani kuno ialah *ethikos* yang berarti timbul dari kebiasaan. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar dan salah, baik dan buruk dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu berkenaan tentang yang baik-buruk dan tentang hak kewajiban moral. Etika adalah ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu.¹

Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral (*moral consciouness*) yang memuat keyakinan ‘benar dan tidaknya’ sesuatu. Perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar, berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya, maka tindakannya itu harus ia pertanggungjawabkan pada dirinya sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaannya tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian. Dengan demikian baik etika maupun moral bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri yaitu berupa tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak.²

Pengertian etika menurut para pakar:

1. Menurut *Webster Dictionary*, secara etimologis, etika adalah suatu disiplin ilmu yang menjelaskan sesuatu yang baik dan yang buruk, mana tugas atau kewajiban moral, atau bisa juga mengenai kumpulan prinsip atau nilai moral.³

¹ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 2.

² Idri, *Hadist Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 323.

³ Sofyan Harahap, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 15.

2. Menurut Bertens, sebagai suatu sains, istilah etika berasal dari kata *ethos* yang dalam bahasa Yunani Kuno bentuk tunggalnya mempunyai banyak arti, yaitu tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berpikir. Jadi etika menurut Bertens ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupannya, yaitu berkaitan dengan perintah dan larangan langsung yang bersifat konkret.⁴

Dalam Islam, istilah yang paling dekat hubungannya dengan etika adalah *khuluq*. *Khuluq* berasal dari kata dasar *khaluqa-khuluqan* yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, dan kesatriaan. Namun, jika ditelusuri lebih dalam ternyata al-Qur'an juga mempergunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan. Yakni *khayr* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (ketakwaan). Tindakan yang terpuji disebut sebagai *salihat*, sedangkan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyi'at*.⁵

Etika bisnis berfungsi sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada *management ethics* atau *organizational ethics*. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas disini yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.⁶

B. Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam syariat Islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak

⁴ Bertens, *Etika*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2007), 3.

⁵ Rafaek Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007), 3.

⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), 70.

terjadi kekhawatiran karena sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁷

Etika bisnis Islam juga bisa didefinisikan tentang baik, buruk dan salah yang berdasarkan pada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku usaha bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.⁸

C. Tujuan Etika Bisnis Islam

Tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari profit (nilai materi) tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) non materi, baik bagi si pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. Di samping untuk mencari profit, juga masih ada dua orientasi lainnya, yaitu akhlak dan perbuatan. Akhlak yaitu nilai-nilai mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul dalam kegiatan bisnis, sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, baik antara majikan dengan buruh, maupun antara penjual dengan pembeli (bukan sekedar hubungan fungsional maupun professional semata). Perbuatan yang dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah, dengan kata lain ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungannya dengan Allah. Inilah yang dimaksud, bahwa setiap perbuatan muslim adalah ibadah. Amal perbuatannya bersifat materi, sedangkan kesabaran akan hubungannya dengan Allah ketika melakukan bisnis dinamakan ruhnya.⁹

Seorang pengusaha dalam pandangan etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridloi Allah. Ini berarti harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis keuntungan immaterial (spiritual).

⁷ Idri, *Hadist Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*, 32.

⁸ Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, 15.

⁹ Rivai, Nuruddin, dan Ananda, *Islamic Business and Economic Ethics*, 13.

Oleh karena itu sebagai pelaku bisnis, terutama sebagai muslim, ia harus menyibukkan diri dengan masalah-masalah etis. Dengan kata lain, profesionalitas dalam bisnis dituntut juga adanya kompetensi yang memadai dalam memecahkan tantangan etika bisnis yang sekarang ditengarai mulai melonggar. Kemampuan untuk menentukan sikap-sikap etis yang tepat, termasuk kompetensi sebagai usahawan atau manajer. Sebagai agama *rahmatan lil 'alamin* yang bersumber pokok dari agama wahyu, sudah barang tentu menjadikan etika (akhlak) sebagai urat nadi dalam segala aspek kehidupan seorang muslim. Terlebih lagi Islam mengajarkan ketinggian nilai etika tidak saja secara teoritis yang bersifat abstrak, namun juga bersifat aplikatif. Tidakkah kita sadari bahwa salah satu misi pokok kerasulan Muhammad saw adalah untuk menyempurnakan akhlak manusia. Dengan begitu bagaimana praktik bisnis Rasulullah saw yang ditunjukkan kepada kita, pada hakikatnya tidak lepas dari rekayasa Allah Swt yang mengajarkan kepada manusia tentang etika dalam pengertian praktis itu.¹⁰

D. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Al-Quran menegaskan bahwa bisnis itu adalah tindakan yang halal dan dibolehkan. Perdagangan yang jujur dan bisnis yang transparan sangat dihargai, direkomendasikan dan dianjurkan.¹¹ Ini terdapat dalam firman Allah Swt dalam Q.S. At-Taubah ayat 111.¹²

Artinya : “Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah, lalu mereka membunuh atau terbunuh (Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al-Qur’an. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah?. Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu. Dan itulah kemenangan yang besar.”

¹⁰ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur’an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 20.

¹¹ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi* (UIN-Maliki Press, 2014), 147.

¹² *Al-Qur’an*, 9:111.

Menurut al-Qur'an bisnis yang menguntungkan adalah bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan duniawi yang berjangka pendek dan untuk kepentingan sesaat, tetapi keuntungan yang bisa dinikmati di akhirat yang kekal dan abadi. Oleh karena itu, agar sebuah bisnis sukses dan menghasilkan untung, hendaknya bisnis itu didasarkan atas keputusan yang sehat, kebijaksanaan, dan hati-hati artinya keputusan dalam masalah bisnis janganlah sekali-kali karena keputusan yang gegabah atas dorongan hawa nafsu. Jika hal itu terjadi justru akan membawa konsekuensi yang kurang menguntungkan dalam bisnis yang dijalankan oleh pelaku bisnis. Selain itu al-Qur'an juga memerintahkan pada orang-orang yang beriman untuk menjaga amanah dan menjaga janjinya, memerintahkan mereka untuk adil dan moderat dalam perilaku mereka terhadap Allah.¹³

E. Konsep Etika Bisnis Islam

Konsep etika bisnis Islam hadir sebagai wujud antipasti terhadap banyaknya penyimpangan dan kecurangan dalam dunia bisnis misalnya penipuan, penggelapan, dan pemerasan yang kemudian menjadi latar belakang munculnya etika bisnis. Selanjutnya konsep etika bisnis Islam didasarkan pada al-Qur'an dan hadis, pemikiran para ulama dalam bentuk *ijma* ataupun *qiyas* dan pengalaman bisnis dikalangan umat Islam dinataranya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konsep ketuhanan

Dalam dunia Islam konsep ketuhanan telah melekat dalam setiap aktifitas bisnis, manusia diwajibkan melaksanakan kewajibannya terhadap Allah Swt, baik dalam bidang ibadah maupun muamalah, sedangkan dalam bidang bisnis, ajaran Allah telah meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berkenaan dengan transaksi yang berhubungan dengan segala urusan yang berkaitan dengan harta benda halal ataukah haram. Etika bisnis Islam didasarkan pada nilai-nilai moralitas yang menyeru manusia kepada kebenaran dan kebaikan,

¹³ Putri Maghfi, "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo" (Skripsi, Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.), 24.

kesabaran dan akhlak serta mencegah untuk melakukan kepalsuan, penipuan, kecurangan, kejahatan, dan kemungkarannya kemudian Islam juga menyerukan agar membantu orang miskin dan melarang untuk berbuat zalim, melanggar hak orang lain dan menumpuk harta secara tidak halal. Sebagaimana perintah untuk melaksanakan sholat, puasa, haji, Islam juga menetapkan zakat sebagai kewajiban dalam rangka membantu orang miskin.¹⁴

2. Konsep kepemilikan harta

Pandangan Islam terhadap harta ialah bahwa pemilik mutlak atas segala sesuatu yang ada di muka bumi ini, termasuk harta benda adalah milik Allah Swt. Kepemilikan yang ada pada manusia hanyalah kepemilikan yang bersifat relatif, sebatas untuk melaksanakan *amanah* mengelola dan memanfaatkan sesuai dengan ketentuannya, karena manusia sebagai pemegang *amanah* dan tidak mampu mengadakan benda dari tiada, manusia tidak mampu membuat energi, manusia hanya mampu mengubah dari satu bentuk energi ke bentuk energi lainnya sedangkan pencipta energi adalah Allah Swt.¹⁵ Konsep kepemilikan harta tersebut tidak ditemukan dalam konsep ekonomi konvensional karena dalam sistem ekonomi kapitalis maupun sosialis memandang harta sebagai milik manusia sebagai individu ataupun kolektif, bukan milik Tuhan yang dititipkan kepada manusia agar dikelola dan dikembangkan.

Menurut Islam, harta merupakan perhiasan dunia dan manusia bisa menikmatinya dengan baik dan tidak berlebih-lebihan, Islam mengakui bahwasanya manusia memiliki kecenderungan untuk memiliki, menguasai dan menikmati harta.¹⁶ Selanjutnya Islam tidak memandang harta dan kekayaan sebagai penghalang untuk mencari derajat yang tertinggi dan

¹⁴ Muhammad Baqir al-Sadr, *Keunggulan Ekonomi Islam: Mengkaji Sistem Ekonomi Barat dengan Pemikiran Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Pustaka Zahra, 2002), 169.

¹⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Pers, 2001), 9.

¹⁶ *Ibid.*, 55.

takarrub kepada Allah Swt. Dalam sistem ekonomi Islam tidak ada batasan untuk memiliki harta serta mencari keuntungan dan kekayaan, asalkan dalam cara mendapatkannya dan pengelolaannya tidak merugikan dan tidak dengan cara batil.

3. Konsep benar baik

Menurut Islam kebenaran adalah ruh keimanan, yang kemudian melekat dan menjadi ciri utama orang mukmin dan para nabi. Tanpa kebenaran agama tidak akan tegak dan stabil, sebaliknya kebohongan atas kedustaan adalah bagian dari sikap orang munafik. Bencana terbesar didalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga, oleh karenanya salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhai Allah ialah kebenaran.¹⁷ Dan sebagai seorang muslim haruslah menjunjung tinggi nilai kebenaran dan senantiasa menyelaraskan antara perilaku diri dengan perilaku Rasulullah saw.

Adapun konsep etika konvensional terkait dengan benar dan salah, baik dan buruk, yaitu terdapat dalam diri manusia itu sendiri, dan ukurannya terdapat dalam alat kekuasaan jiwa manusia yaitu akal, rasa, dan kehendak, serta kodrat manusia. Secara objektif, ukuran baik dan buruk atau benar dan salah menitik beratkan pada sifat kodrat manusia sebagai makhluk berakal. Hidup dan berbuat yang sesuai dengan akal adalah ukuran kebaikan yaitu memberi akal di atas nafsu, keinginan, kebutuhan, rasa, dan kehendak, segala sesuatu haruslah di bawah kepemimpinan akal. Kemudian dunia bisnis kebenaran dan kebaikan sangatlah diperlukan, sebab tanpa keduanya bisnis akan terancam kesuksesan dan kesinambungannya.¹⁸

4. Konsep tanggung jawab

Islam sangat menekankan tanggung jawab dalam kehidupan manusia, Allah mengaruniai manusia tanggung jawab yang tidak

¹⁷ *Ibid.*, 175.

¹⁸ Idri, *Hadist Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 352.

dimiliki oleh makhluk lainnya, manusia menjadi khalifah di muka bumi, membangun, memakmurkan dan menikmati kenikmatan di bumi, mengambil hasil bumi dengan cara yang canggih dan teknologi yang canggih serta terbaru itu semua mengandung beban tanggung jawab yang senantiasa dipikul oleh manusia yang akan dipertanggung jawabkan kepada Allah Swt nanti di hari akhir.

Dalam dunia bisnis terdapat pula tanggung jawab yang terlihat dalam peran lembaga bisnis dalam meningkatkan kehidupan para pelanggan, karyawan dan pemegang saham, dengan membagikan keuntungan yang diperolehnya, para pemasok dan pesaing pun berharap bahwa lembaga-lembaga bisnis menghormati kewajiban-kewajiban mereka dengan kejujuran dan keadilan, sebagai warga yang bertanggung jawab terhadap komunitas lokal, nasional, dan global dimana mereka beroperasi. Lembaga-lembaga bisnis ikut serta dalam menentukan masa depan komunitas-komunitas tersebut. Nilai lembaga bisnis bagi masyarakat ialah kekayaan dan lapangan pekerjaan yang diciptakan serta produk dan jasa yang dipasarkan kepada konsumen dengan harga yang wajar dan sebanding dengan kualitasnya. Untuk mampu menciptakan nilai itu, sebuah lembaga bisnis harus mampu mempertahankan kesehatan dan kelangsungan bisnisnya.¹⁹

Menurut Islam, segala aktivitas bisnis hendaklah dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Tanggung jawab muncul karena manusia adalah makhluk muallaf, yaitu makhluk yang diberi beban hukum berbeda dengan makhluk lain seperti binatang dan tumbuh-tumbuhan, karena *taqlif* itulah manusia harus mempertanggung jawabkan segala aktivitasnya dan karena itu pula manusia oleh Rasulullah disebut pemimpin, karena setiap manusia yang dewasa atau *aqil baliq serta mumayyiz* (dapat membedakan yang baik dan yang buruk) adalah pemimpin dan mempertanggungjawabkan kepemimpinannya. Tanggung jawab erat dengan pelaksanaan *amanat* karena orang yang bertanggung

¹⁹ *Ibid.*, 353.

jawab akan melaksanakan yang dibebankan kepadanya dengan sebaik-baiknya.

5. Konsep kejujuran

Konsep kejujuran secara moral adalah dasar setiap usaha untuk menjadi orang kuat, kejujuran merupakan kualitas dasar kepribadian moral. Tanpa kejujuran, seorang tidak dapat maju selangkah pun karena ia belum berani menjadi diri sendiri. Orang yang tidak lurus tidak mengambil dirinya sendiri sebagai titik tolak, melainkan apa yang diperkirakan diharapkan oleh orang lain, tanpa kejujuran keutamaan moral lainnya kehilangan nilainya.

Bersikap baik kepada orang lain tanpa diikuti sebuah kejujuran akan berarti sebuah kemunafikan. Islam menekankan sebuah kejujuran dalam melaksanakan setiap kegiatan. Menurut nabi kejujuran akan membawa kepada kebajikan dan demikian pula sebaliknya kebohongan akan membawa keburukan kepadanya pelakunya.

Selanjutnya seorang pebisnis harus memiliki kejujuran dan berlaku jujur dalam menjalankan bisnisnya dilandasi dengan keinginan tidak ingin merugikan orang lain sebagaimana dengan yang ia inginkan dengan cara menjelaskan kelemahan, kekurangan serta kelebihan barang atau jasa yang ia ketahui kepada orang atau mitranya, baik yang terlihat secara fisik ataupun yang tidak terlihat oleh orang tersebut. Pada zaman sekarang masyarakat umum sering tertipu oleh hal semacam itu, karena pebisnis saat ini mengutamakan keuntungan bagi dirinya sendiri tidak dengan orang lain dengan cara menonjolkan keunggulan-keunggulan barang yang dijual tetapi menyembunyikan kelemahan bahkan cacatnya.

Menurut ulama salaf, memberitahukan cacat barang yang dijual kepada calon pembeli perlu dilakukan karena hal itu merupakan kejujuran, Jabir bin Abd, Allah memperlihatkan cacat barang tersebut itu kepada calon pembeli lalu berkata “Jika kamu mau ambillah dan tidak, tinggalkanlah” seorang pembeli berkomentar “Jika kamu berbuat demikian, niscaya tidak seorangpun membeli barang daganganmu” Jabir

berkata “ Aku telah berbaiat kepada Rasulullah untuk berlaku jujur kepada setiap Muslim”.²⁰

6. Konsep keadilan

Keadilan merupakan kesadaran dan pelaksanaan untuk memerikan kepada pihak lain sesuatu yang sudah semestinya harus diterima oleh pihak lain itu, sehingga masing-masing pihak mendapatkan kesempatan yang sama untuk melaksanakan hak dan kewajibannya tanpa mengalami rintangan atau paksaan, memberi dan menerima yang selaras dengan hak dan kewajiban karena adil pada hakekatnya adalah bahwa kita memberikan kepada siapa saja apa yang menjadi haknya dan karena pada hakikatnya semua orang sama-sama nilainya sebagai manusia jadi perlakuan sama terhadap semua orang, tentu dalam situasi yang sama misalnya seseorang menjual barang dagangannya dengan kualitas, jumlah dan ukuran serta waktu yang sama pada orang lain dengan harga yang murah, maka hal tersebut juga harus dilakukan kepada orang lainnya.

F. Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Hadis Nabi

Bisnis Islam meliputi ranah produksi, distribusi, maupun konsumsi dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan harta, barang dan jasa termasuk keuntungan yang diperoleh, tetapi dibatasi cara memperoleh dan pelayanannya yang dikenal dengan istilah halal dan haram, untuk menjadi pelaku bisnis yang sukses sesuai dengan maksud ajaran Islam yakni mendapatkan keuntungan dalam kehidupan dunia dan akhirat. Berawal dari urusan-urusan muamalah yang selalu berkaitan erat dengan perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari yang terkadang manusia berperilaku semaunya, lupa diri dan tidak beretika dalam melakukan bisnis, sehingga terjadilah kezaliman ditengah masyarakat yang tidak terkendali. Maka konsep etika bisnis sangat sesuai untuk dijadikan pijakan dasar sehingga akan kembali tercipta keadilan dan kejujuran serta kebaikan pada masyarakat dan

²⁰ *Ibid.*, 357.

khususnya umat Islam. Oleh karenanya Nabi Muhammad di utus oleh Allah untuk menyempurnakan akhlak.²¹

Petunjuk-petunjuk Rasulullah saw, tentang etika bisnis ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dan Nabi, sifat-sifat tersebut diantaranya:²²

1. *Siddiq* (Jujur).

Berarti jujur atau benar. Jujur kepada diri sendiri juga kepada orang lain. Sifat jujur akan melahirkan sifat keyakinan dan keberanian untuk menghadapi ujian apa pun bentuknya. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad saw selalu menunjukkan kejujuran. Beliau meyakini betul bahwa membohongi para pelanggan sama dengan mengkhianati mereka. Mereka akan kecewa bahkan tertipu. Akibatnya mereka tidak akan bertransaksi bisnis lagi dan lambat laun akibatnya bisnis akan hancur.

Kejujuran mencakup integritas yang mutlak diperlukan dalam mengelola sebuah bisnis, terlebih untuk menjaga interaksi antara pelaku bisnis dengan mitra bisnisnya. Kejujuran merupakan dasar yang harus dimiliki oleh seorang pelaku bisnis, ketika dasar yang dimiliki tidak lagi membekas atau hilang, maka hilanglah kepercayaan dari mitra bisnisnya. Integritas berkaitan juga dengan komitmen yang sudah ditetapkan oleh seorang pelaku bisnis.²³

2. *Amanah*

Amanah berarti dapat dipercaya. Sifat amanah mendorong seseorang bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri, masyarakat dan lingkungannya. Keberadaan sifat ini akan membangun kekuatan diri dan memperbaiki kualitas hubungan sosial. Dalam dunia komunikasi bisnis, nilai-nilai amanah sama penting kedudukannya dengan nilai-nilai

²¹ *Ibid.*, 328.

²² Nasrul Syarif, *Komunikasi Kontemporer: Bisnis Islam di Era Digital* (Sleman: Deepublish, 2019), 215.

²³ Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2018), 158.

Shiddiq. Amanah dalam bertransaksi itu tidak mengurangi sesuatu yang disetujui, tidak menambah sesuatu yang disepakati dan memberikan sesuatu sesuai pesanan.

3. *Tabligh* (Komunikatif)

Secara bahasa bermakna menyampaikan. Dalam konteks bisnis, pemahaman *tabligh* bisa mencakup argumentasi dan komunikasi. Pebisnis hendaknya mampu mengomunikasikan produknya dengan strategi yang tepat. Artinya tepat dalam memilih media promosi seperti TV, Radio, surat kabar dan majalah, tepat dalam membidik segmentasi pasar, gender dan usia, tepat dalam menentukan bulan diskon, tepat dalam menentukan biro iklan atau model yang akan menjadi *brand ambassador* produk. Dengan sifat *tabligh*, seorang pebisnis diharapkan mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran (*transparency and fairness*).

4. *Fathonah* (Cerdik)

Berarti “cakap atau cerdas”. Seorang pebisnis harus memiliki kemampuan melihat sesuatu dari sudut pandang yang berbeda. Lalu, muncullah kreativitas, ide dan wawasan. Pada akhirnya, produk atau jasa yang dikeluarkan pun akan menjadi produk unggulan. Karena produk atau jasa yang dihasilkan unggulan, pelanggan pun senang dan menaruh kepercayaan atau trust.

BAB III
PRAKTIK ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG KAKI LIMA
CAR FREE DAY SUROMENGGOLO PONOROGO

A. Gambaran Umum Car Free Day Suromenggolo Ponorogo

1. Sejarah Berdirinya *Car Free Day* Suromenggolo Ponorogo

Car free day atau Hari Bebas Kendaraan Bermotor adalah salah satu program yang dibuat Pemerintah Kabupaten Ponorogo yang diadakan setiap hari minggu di Jalan Suromenggolo Ponorogo. Acara *car free day* mulai diadakan atau berjalan tahun 2016. Salah satu tujuan diadakannya acara *car free day* ini adalah agar masyarakat Ponorogo Ponorogo khususnya bisa melakukan kegiatan berolahraga di kawasan tersebut tanpa adanya kendala atau gangguan kendaraan bermotor mulai dari roda 2 ataupun 4 dan semacamnya. *car free day* umumnya dilakukan untuk mengurangi intensitas kendaraan bermotor mulai dari pukul 05.00-09.00. Acara *car free day* ini mendapatkan sambutan yang sangat baik dari masyarakat ponorogo, mereka mulai berdatangan dari berbagai daerah yang ada di ponorogo. Hal ini menjadikan *car free day* ini menjadi pusat keramaian karena banyaknya masyarakat yang melakukan aktivitas disana. Hal ini dimanfaatkan oleh para pedagang kaki lima untuk menjajakan dagangannya disana. Sehingga kini tujuan dari masyarakat tidak hanya untuk melakukan aktivitas berolahraga juga berkuliner.¹

2. Letak Geografis *Car Free Day* Suromenggolo Ponorogo

Acara *car free day* ini berada di jalan Suromenggolo Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo. Tempat diadakannya acara *car free day*

¹ Tania Dwi Safitri, "Perspektif Siyazah Maliyah Terhadap Implementasi Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Retrisbusi Jasa Umum (Studi Kasus Pada Kegiatan Parkir di Car Free Day Kabupaten Ponorogo)" (Skripsi, Ponorogo, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2019), 65.

ini sering disebut dengan dalam anyar. Dengan batas wilayah sebagai berikut:¹

- a) Disebelah utara yaitu dengan Jl. Pramuka
- b) Disebelah selatan yaitu dengan jalan Ir. H Juanda
- c) Disebelah timur yaitu dengan ATR BPN Kantah Ponorogo.
- d) Disebelah barat yaitu dengan Stadion GBK (Gelora Bathoro Katong) Ponorogo.

Sedangkan lokasi penelitian di jalan Suromenggolo kecamatan Ponorogo kabupaten Ponorogo memiliki data sebagai berikut:

- a) Luas jalan/site : 16.622,72 m²/5.928 m²
- b) Panjang jalan : 760 m
- c) Lebar jalan : 17 m
- d) Lebar pedestrian : 1,5 m

3. Jumlah Pedagang *Car Free Day* Suromenggolo Ponorogo

Pedagang di *car free day* Suromenggolo Ponorogo ini jumlahnya tidak tetap, dikarenakan tidak terdapat syarat khusus bagi para pedagang untuk menjajakan dagangannya di *event* ini. Sehingga pedagang yang ingin menjajakan dagangannya di *event* ini dapat langsung menjajakan dagangannya di area *car free day* ini tanpa izin apapun. Namun, menurut observasi awal yang telah dilakukan pedagang yang memenuhi area yang digunakan untuk acara *car free day* ini sekitar 140-150 pedagang. Mereka tidak menetap secara terus-menerus pada 1 acara saja, mungkin ada yang menjajakannya di tempat lain yang dirasa akan lebih ramai dan menghasilkan keuntungan yang lebih banyak. Sehingga pedagang yang hanya pada saat acara *car free day* ini tidak selalu sama setiap minggunya. Namun dapat diperkirakan sekitar 140-150 pedagang yang terdiri dari pedagang makanan berat maupun ringan, minuman, baju, aksesoris dan lain sebagainya.²

¹ “Peraturan Bupati Nomor 14 tahun 2020 tentang Kawasan Pelaksanaan Hari Bebas Kendaraan Bermotor (CFD),” 6 Januari 2020.

² Riani, *Wawancara*, 7 November 2021.

Acara *car free day* ini buka dari jam 06.00 WIB, acara sudah mulai ramai pengunjung, biasanya pedagang sebelum jam tersebut telah menyiapkan dagangannya. Acara ini akan berakhir pada sekitar jam 08.30 sampai 09.00 WIB, setelah dirasa mulai sepi pengunjung dan ramai kendaraan karena memang tempat dilaksanakannya acara ini merupakan bagian dari badan jalan Suromenggolo Ponorogo.

4. Gambaran Informan

Adapun informan dalam penelitian ini adalah para pedagang muslim yang berjualan di *car free day* Suromenggolo Ponorogo dan juga pembeli atau pelanggan loyal. Hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap pedagang kaki lima yang ada di *event car free day* Suromenggolo Ponorogo yaitu terdapat kurang lebih 140-150 pedagang kaki lima setiap minggunya. Dari keseluruhan pedagang kaki lima yang ada di *car free day* Suromenggolo Ponorogo peneliti akhirnya mengambil sebagian dari informan yang ada dengan maksud untuk memperkecil obyek yang diteliti. Karena objek lebih dari 100 orang maka akan diambil 10% - 15%. Maka peneliti mengambil informan sebanyak 15 orang pedagang. Pedagang yang menjadi informan yaitu pedagang yang termasuk dalam kategori pedagang yang berjualan makanan berat maupun ringan, minuman, baju, aksesoris dan lain sebagainya.



Tabel 3.1
Data Informan

No	Nama	Alamat	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir
1.	Shanum	Jl. Nasional, Siman	Perempuan	Sarjana
2.	Kharisma	Ngrupit, Ponorogo	Perempuan	Sarjana
3.	Berlin	Jl. Sekar Pudak, Tonatan	Perempuan	SMA
4.	Afredho	Siman, Ponorogo	Laki-laki	SMA
5.	Azzalea	Jl. Eyang Aris, Kauman	Perempuan	SMA
6.	Indah	Jl. Suromenggolo	Perempuan	SD
7.	Imran	Mlilir, Madiun	Laki-laki	SMA
8.	Beni	Jl. Menur	Laki-laki	SD
9.	Nur	Jeruksing	Laki-laki	SD
10.	Adnan	Jl. Suromenggolo	Laki-laki	SMP
11.	Nurul	Sumoroto	Perempuan	SMP
12.	Maya	Jl. Suromenggolo	Perempuan	SMA
13.	Aisyah A.	Jl. Pramuka	Perempuan	SMP
14.	Winarti	Siman, Ponorogo	Perempuan	SMP
15.	Syaifulah	Jl. Letjend Suprpto	Laki-laki	SMP

Sumber: Data primer, (Observasi, Wawancara), tahun 2022

Tabel 3.2
Informan berdasarkan tingkat pendidikan

Jawaban	N
Tidak Sekolah	-
SD	3
SMP	5
SMA	5
Diploma/Sarjana	2

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Tabel tersebut di atas, menjelaskan bahwa keadaan informan dilihat dari tingkat pendidikannya terdiri atas Tidak sekolah, SD, SMP, SMA dan Diploma/Sarjana. Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 15 informan tidak terdapat seorangpun pedagang yang tidak sekolah, selanjutnya 3 informan yang bersekolah SD, 5 orang informan yang bersekolah SMP, 5 orang informan yang bersekolah SMA dan 2 orang informan yang pendidikannya diploma/sarjana.

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui bahwa dari ke 15 informan pedagang tersebut semuanya mempunyai pendidikan yang beragam, dan tidak satupun pedagang yang tidak menjejam pendidikan dasar sebelum ia menggeluti pekerjaan sebagai pedagang, namun tidak menutup kemungkinan dari keseluruhan jumlah pedangang di antara mereka masih ada yang tidak sekolah dikarenakan tidak ada biaya untuk sekolah pada saat itu. adapun Presentase yang tinggi adalah sebanyak 5 orang, informan yaitu yang bersekolah SMP dan SMA.

Tingkat pendidikan diploma/sarjana sebanyak 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa, pengetahuan bisnis yang dijalani oleh pedagang selama ini, sebagian besar didapatkan dari pendidikan formal karena mereka menyadari bahwa pendidikan sangat penting dalam segala rana terutama dalam menjalankan sebuah bisnis. Selain dengan bermodalkan pengalaman dan keberanian melakukan aktifitas bisnis memerlukan pengetahuan yang luas diantaranya yaitu didapatkan lewat pendidikan formal, semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin mudah berinteraksi dan bersosialisasi terhadap sesama manusia.

Tabel 3.3

Informan berdasarkan jenis kelamin

Jawaban	N
Laki-laki	6
Perempuan	9
Jumlah	15

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Tabel tersebut di atas, menjelaskan bahwa keadaan informan dilihat dari jenis kelamin terdiri atas laki-laki dan perempuan. Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 6 orang informan berjenis kelamin laki-laki dan 9 orang informan yang berjenis kelamin perempuan.

Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa sebanyak 9 orang dari 15 informan tertinggi menurut jenis kelamin adalah perempuan, karena pekerjaan ini masih tergolong pekerjaan yang tidak begitu berat sehingga pedagang yang berjenis perempuan lebih mendominasi dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki yang hanya berjumlah 6 orang dari 15 informan. Sebagian masyarakat Ponorogo telah memilih pekerjaannya sebagai seorang pedagang, sehingga mereka dapat turut andil dalam upaya membangun dan mewujudkan perekonomian Ponorogo yang lebih baik.

Tabel 3.4
Informan berdasarkan umur

Jawaban	N
Dibawah 20 tahun	-
21 – 35 tahun	10
36 – 55 tahun	5
Diatas 55 tahun	-
Jumlah	15

Sumber: data primer, (Wawancara), tahun 2022

Tabel tersebut di atas, menjelaskan bahwa keadaan informan dilihat dari tingkat usianya terdiri atas dibawah umur 20 tahun, 21-35 tahun, 36-55 tahun dan 55 tahun keatas. Tabel di atas menunjukkan bahwa usia di bawah umur 20 tahun tidak ada, sebanyak 10 orang informan berusia 21-36 tahun. 5 orang informan yang berusia 36-55 tahun, dan tidak ada informan yang berusia 55 tahun keatas.

B. Data

1. Pemahaman pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo mengenai etika bisnis Islam

Seorang pengusaha dalam pandangan etika Islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridloi Allah swt. Ini berarti harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis keuntungan immaterial (spiritual). Kebendaan yang intrasenden baru bermakna apabila diimbangi dengan kepentingan spiritual yang transenden.

Oleh karena itu sebagai pelaku bisnis, terutama sebagai muslim, ia harus menyibukkan diri dengan masalah-masalah etis. Dengan kata lain, profesionalitas dalam bisnis dituntut juga adanya kompetensi yang memadai dalam memecahkan tantangan etika bisnis yang sekarang ditengarai mulai melonggar. Kemampuan untuk menentukan sikap-sikap etis yang tepat, termasuk kompetensi sebagai usahawan atau manajer. Sebagai agama *rahmatan lil 'alamin* yang bersumber pokok dari agama wahyu, sudah barang tentu menjadikan etika (akhlak) sebagai urat nadi dalam segala aspek kehidupan seorang muslim. Terlebih lagi Islam mengajarkan ketinggian nilai etika tidak saja secara teoritis yang bersifat abstrak, namun juga bersifat aplikatif. Tidakkah kita sadari bahwa salah satu misi pokok kerasulan Muhammad saw adalah untuk menyempurnakan akhlak manusia. Dengan begitu bagaimana praktik bisnis Rasulullah saw yang ditunjukkan kepada kita, pada hakikatnya tidak lepas dari rekayasa Allah Swt yang mengajarkan kepada manusia tentang etika dalam pengertian praktis itu.³

Penelitian ini berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan yaitu di *car free day* Suromenggolo Ponorogo. Peneliti mengambil tema etika bisnis Islam terhadap sikap yang diterapkan oleh para pedagang di *Event car free day* Suromenggolo Ponorogo. Narasumber dalam penelitian ini adalah pedagang di *car free day* Suromenggolo Ponorogo. Adapun hasil yang diperoleh sebagai berikut:

³ Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 20.

Tabel 3.5

Pemahaman informan terkait etika bisnis Islam

Jawaban	N	%
Paham	3	20
Kurang Paham	10	66
Tidak Paham	2	14
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 3 orang atau 20% informan faham tentang etika bisnis, sebanyak 10 orang atau 66% informan kurang faham tentang etika bisnis dan sebanyak 2 orang atau 14% informan tidak paham tentang etika bisnis. Dengan demikian Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui bahwa sebanyak 3 orang atau 20% informan memahami apa yang dimaksud dengan etika bisnis, akan tetapi masih ada yang tidak mengetahui tentang etika bisnis dan masih ada yang kurang paham tentang etika bisnis.

Ketidakhahaman informan tentang etika bisnis, karena istilah etika bisnis asing bagi sebagian informan yang memang sebelumnya mereka belum mendengar ataupun mendapatkan informasi tentang hal tersebut. Di karenakan keterbatasan pengetahuan mengingat bahwa mereka yang tidak paham etika bisnis secara teori tersebut berpendidikan rendah. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara seorang pedagang yang menyatakan bahwa: “ Saya tidak paham mbak apa itu etika bisnis, saya juga baru mendengarnya bahwa dalam Islam itu ada etika bisnis Islam”⁴

⁴ Beni, Wawancara, 20 Maret 2021

Tabel 3.6

Apakah sikap sama-sama suka/saling ridha penting dalam berdagang

Jawaban	N	%
Ya	15	100
Tidak	-	-
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Tabel diatas menunjukkan bahwa keseluruhan dari total 15 informan menyatakan ya bahwa sikap suka sama suka atau saling ridha dalam berdagang itu merupakan hal yang penting. Hal ini menunjukkan pemahaman saling ridha dalam berdagang oleh pedagang di *car free day* Suromenggolo Ponorogo sangat baik. Mereka menganggap hal itu penting karena memang sebagai penjual tidak diperkenankan sikap memaksa pembeli atau sikap semacamnya. Hal ini dikemukakan oleh salah satu pedagang jajanan pak Nur, mengatakan bahwa:⁵ “Saya sangat setuju bahwa sikap saling ridha itu penting dalam berdagang, tidak boleh memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan kita”.

Tabel 3.7

Tanggapan informan tentang etika bisnis membawa keuntungan

Jawaban	N	%
Ya	15	100
Kadang-kadang	-	-
Tidak	-	-
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Tabel tersebut di atas, menjelaskan bahwa keadaan informan tentang etika membawa keuntungan dalam berdagang terdiri atas Ya, kadang-kadang dan tidak. Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 15 orang atau 100% informan menjawab iya, tidak ada informan

⁵ Nur, Wawancara, 20 Maret 2022.

mengatakan kadang-kadang etika bisnis islam membawa keuntungan dan tidak ada seorangpun informan yang mengatakan etika bisnis islam tidak membawa dalam berdagang. Hal ini didukung oleh jawaban dari seorang pedagang saat wawancara yang menyatakan bahwa, “ Ya saya mengakui bahwa dalam berdagang dengan etika bisnis (perilaku bisnis yang baik, tidak merugikan salah satu pihak) membawa keberuntungan”.⁶

Tabel 3.8

Tanggapan informan tentang bisnis bagian dari ibadah

Jawaban	N	%
Ya	15	100
Kurang Tahu	-	-
Tidak Tahu	-	-
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Tabel tersebut di atas, menjelaskan bahwa keadaan informan tentang bisnis bagian dari ibadah terdiri atas Ya, kadang-kadang dan tidak. Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 15 orang atau 100% informan menjawab iya, tidak ada informan mengatakan kurang tahu bahwa bisnis bagian dari ibadah dan tidak ada seorangpun informan yang mengatakan tidak tahu bahwa bisnis bagian dari ibadah.

Dari pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti kepada pedagang dapat disimpulkan pernyataan pedagang kaki lima bahwa pemahaman pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo terkait etika bisnis Islam secara teori masih kurang memadai. Mayoritas pedagang kurang informasi mengenai etika bisnis Islam bahkan masih terdapat pedagang yang asing dengan istilah etika bisnis Islam ini. Hal ini dilihat dari pernyataan pedagang atas pertanyaan pemahaman terkait etika bisnis Islam. Namun, secara praktik pedagang kaki lima ini menunjukkan bahwa mereka memahami dengan baik

⁶ Nur, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

praktik etika bisnis Islam. hal ini dapat dilihat bahwa pedagang kaki lima menyatakan bahwa dalam berdagang perlu adanya sikap suka sama suka atau saling ridha dan berdagang merupakan ibadah dan akan membawa keuntungan.

2. Praktik etika bisnis Islam pada pedagang kaki lima *car free day* Suromenggolo Ponorogo

Bisnis Islam meliputi ranah produksi, distribusi, maupun konsumsi dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan harta, barang dan jasa termasuk keuntungan yang diperoleh, tetapi dibatasi cara memperoleh dan pelayanannya yang dikenal dengan istilah halal dan haram, untuk menjadi pelaku bisnis yang sukses sesuai dengan maksud ajaran Islam yakni mendapatkan keuntungan dalam kehidupan dunia dan akhirat. Berawal dari urusan-urusan muamalah yang selalu berkaitan erat dengan perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari yang terkadang manusia berperilaku semaunya, lupa diri dan tidak beretika dalam melakukan bisnis, sehingga terjadilah kezaliman ditengah masyarakat yang tidak terkendali. Maka konsep etika bisnis sangat sesuai untuk dijadikan pijakan dasar sehingga akan kembali tercipta keadilan dan kejujuran serta kebaikan pada masyarakat dan khususnya umat Islam. Oleh karenanya Nabi Muhammad di utus oleh Allah untuk menyempurnakan akhlak.

Petunjuk-petunjuk Rasulullah saw, tentang etika bisnis ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dan Nabi, sifat-sifat tersebut diantaranya:

a. *Shiddiq* (Jujur/Benar)

Sikap jujur dapat dikatakan sebagai mata uang yang paling berharga bagi seorang pebisnis karena dapat mendatangkan keberuntungan dan keberkahan sehingga bisnis pada akhirnya dapat terus eksis dan berkembang terlebih lagi keberkahannya. Kejujuran merupakan dasar yang harus dimiliki oleh seorang pelaku bisnis,

ketika dasar yang dimiliki tidak lagi membekas atau hilang, maka hilanglah kepercayaan dari mitra bisnisnya. Integritas berkaitan juga dengan komitmen yang sudah ditetapkan oleh seorang pelaku bisnis.⁷

Tabel 3.9

Pemberian penjelasan kualitas barang oleh informan

Jawaban	N	%
Ya	12	80
Kadang-kadang	3	20
Tidak	-	-
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pertanyaan yang ditujukan kepada informan/pedagang mengenai penjelasan kualitas barang dijelaskan bahwa dari 15 informan, 12 atau 80% diantaranya mengatakan bahwa mereka menjelaskan mengenai kualitas barang kepada pembeli. Sedangkan 3 orang atau 20% informan mengatakan bahwa ia kadang-kadang saja mengatakan kualitas barang. Dan tidak ada satupun dari mereka yang menyatakan bahwa ia tidak menjelaskan kepada pembeli mengenai kualitas barang. Kebanyakan dari mereka yang merupakan pedagang makanan menyatakan bahwa penjelasan kualitas dagangan mereka lakukan dengan menggunakan banner atau tulisan pada gerobak dagangannya.

Dengan demikian, peneliti memberikan kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang terkait kejujuran mengenai kualitas barang telah memadai dan dapat dikategorikan menerapkan hingga 80%. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan salah satu pedagang makanan yang ada di *car free day* yaitu pak Beni dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti mengatakan bahwa:⁸ “Kalau soal kualitas barang yang saya jual saya sudah cantumkan di gerobak

⁷ Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2018), 158.

⁸ Beni, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

jualan saya. Jadi tidak perlu saya harus menjelaskan lagi kepada para pembeli”.

Beliau juga menambahkan bahwa jujur dalam berdagang itu perlu karena semua hal yang diawali dengan ketidakjujuran tidak akan baik akhirnya. Hal serupa disampaikan oleh ibu Aisyah yang menyatakan bahwa:⁹ “Saya tidak ingin membohongi pembeli. Ya pembeli itu kan nantinya bisa jadi langganan kalau mereka puas sama kualitas dagangan saya. Itu lebih menguntungkan buat saya mbak”.

Tabel 3.10

Praktik kecurangan informan dalam berdagang

Jawaban	N	%
Ya	-	-
Kadang-kadang	-	-
Tidak	15	100
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Dari hasil pengelolaan hasil angket diatas mengenai pertanyaan apakah informan pernah melakukan kecurangan baik disengaja maupun tidak disengaja menunjukkan bahwa dari 15 informan memberikan jawaban bahwa mereka tidak pernah melakukan kecurangan. Salah satu pernyataan seorang pedagang bahwa: “ Saya ini memang tidak begitu paham apa itu etika bisnis dalam Islam namun saya tidak pernah melakukan kecurangan hanya untuk mendapatkan pelanggan yaa kalau ada pembeli ya itu rezeki saya”.¹⁰ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pedagang mengetahui atau paham mengenai larangan berbuat kecurangan dalam berdagang secara keseluruhan.

⁹ Aisyah A., *Wawancara*, 20 Maret 2022.

¹⁰ Beni, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

Tabel 3.11

Praktik kecurangan informan mengenai kualitas barang dagangan

Jawaban	N	%
Ya	-	-
Kadang-kadang	-	-
Tidak	15	100
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Dari hasil angket mengenai pertanyaan Apakah informan pernah berbohong mengenai kualitas dagangan anda untuk kepentingan promosi, menunjukkan bahwa seluruh informan mengatakan bahwa mereka tidak pernah melakukan kebohongan mengenai kualitas barang dagangan yang mereka jual. Hal ini didukung oleh pernyataan salah satu pedagang pakaian yang ada di *car free day* Suromenggolo Ponorogo yang mengatakan dalam wawancaranya bahwa:¹¹ “Saya tidak pernah bohong kalau soal kualitas sendiri mbak, toh barang yang saya jual ada wujudnya bisa dilihat langsung apakah sesuai dengan yang saya katakana atau tidak. Mereka (pembeli) dapat memilih sendiri barang-barang yang akan mereka beli sesuka hati. Jadi ya untuk apa saya bohong toh langsung ketahuan kalau saya berbohong, nanti malah pembeli gak percaya dan gak mau beli lagi”

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan informan menyatakan tidak pernah berbohong untuk kepentingan promosi sekalipun.

Dari hasil angket yang telah diisi oleh informan dapat disimpulkan bahwa pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo telah menerapkan sikap jujur dalam berdagang. Terlepas dari pemahaman pedagang terkait etika bisnis Islam. Pedagang yang merupakan seorang muslim telah mendapatkan pembelajaran

¹¹ Kharisma, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

mengenai sikap jujur ini semenjak kecil dari bimbingan orang tua. Sehingga pembelajaran inilah yang diterapkan oleh para pedagang dalam segala aktivitasnya termasuk kegiatan berdagang.

b. *Amanah*

Maksud sifat amanah dalam berjual beli adalah memberikan keterangan dan penjelasan tentang cacat atau kekurangan pada barang dagangan yang dijual jika memang ada cacat padanya.¹² Sifat amanah mendorong seseorang bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri, masyarakat dan lingkungannya. Keberadaan sifat ini akan membangun kekuatan diri dan memperbaiki kualitas hubungan sosial.

Tabel 3.12

Pelanggaran janji oleh informan kepada pembeli

Jawaban	N	%
Pernah	-	-
Kadang-kadang	2	13
Tidak Pernah	13	87
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Dalam data hasil angket diatas dapat dilihat bahwa persentase mengenai jumlah informan yang pernah melanggar janjinya kepada pembeli sebesar 0% yang berarti tidak ada informan yang benar-benar pernah dengan sengaja melanggar janjinya kepada pembeli. Sedangkan prosentase informan yang termasuk kedalam kategori kadang-kadang yaitu informan pernah melanggar janjinya kepada pembeli karena terdapat suatu hal yang dapat membatalkan janji tersebut yaitu sebesar 13% atau sebanyak 2 orang. Dalam hal ini informan menyatakan pernah membatalkan janji kepada pembeli dikarenakan suatu hal. Seperti yang dinyatakan oleh bu Shanum dalam

¹² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, diterjemahkan oleh Zainal Arifin, Lc. (Jakarta: Gema Insani Pers, t.t.), 177.

wawancara yang dilakukan peneliti menyatakan bahwa:¹³ “ Pernah, karena syarat-syarat perjanjiannya gak terpenuhi. Misalnya janji barang dikembalikan atau ditukar apabila kurang pas, boleh kalau saya dengan syarat label harga tidak dilepas dan tidak lebih dari waktu yang saya tentukan. Kalau ada yang gak sesuai itu (syarat) ya saya tolak”. Sedangkan 87% atau 13 informan lainnya menyatakan tidak pernah melanggar janji yang dibuatnya kepada pembeli.

Tabel 3.13
Praktik monopoli

Jawaban	N	%
Pernah	-	-
Tidak Pernah	15	100
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari informan menyatakan bahwa mereka tidak pernah melakukan praktik monopoli dalam berdagang. Mereka menyatakan bahwa mereka tidak melakukan monopoli dalam bentuk apapun dari masalah barang dagangan maupun harga. Seperti pernyataan dari Maya yaitu: “ Kalau masalah harga saya jual barang dagangan saya ya dengan harga wajar, rata-rata harga barang dagangan saya sama dengan penjual lain”.¹⁴

Dari hasil wawancara kepada informan dapat disimpulkan bahwa pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo telah menerapkan sikap *amanah* dengan baik. hal ini dipicu oleh mayoritas dari pedagang kaki lima ini dalam kegiatan berdagangnya memikirkan loyalitas pelanggan dan keuntungan jangka panjang.

c. *Fathanah*

Seorang pebisnis harus memiliki kemampuan melihat sesuatu dari sudut pandang yang berbeda. Lalu, muncullah kreativitas, ide dan

¹³ Shanum, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

¹⁴ Maya, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

wawasan. Pada akhirnya, produk atau jasa yang dikeluarkan pun akan menjadi produk unggulan. Karena produk atau jasa yang dihasilkan unggulan, pelanggan pun senang dan menaruh kepercayaan atau *trust*.¹⁵

Tabel 3.14

Pemberian Informasi yang memadai mengenai barang dagangan

Jawaban	N	%
Ya	7	46
Kadang-kadang	-	-
Tidak	8	54
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 7 orang atau 46% informan memberikan informasi yang memadai mengenai barang dagangannya, hal ini dikemukakan oleh salah seorang pedagang bahwa: “ Yaa saya memberitahu kualitas barangnya, kainnya, ukuran secara rinci, namun yaa sesuai dengan barangnya yaa mbak kan bisa dilihat sendiri juga barangnya ada disitu”.¹⁶

Kemudian tidak ada informan yang kadang-kadang memberikan informasi yang memadai mengenai barang dagangannya dan sebanyak 8 orang atau 54% informan memberikan informasi yang memadai mengenai barang dagangannya. Seperti salah seorang yang menyatakan bahwa: “ Kalau saya tidak memberi tahu yang gimana-gimana gitu mbak, kan barang dagangan saya jelas ada disitu, bisa dilihat sendiri juga jadi menurut saya tidak perlu menjelaskan hal-hal seperti itu”.¹⁷ Dengan demikian Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui bahwa lebih banyak informan yang kurang

¹⁵ Syarif, *Komunikasi Kontemporer: Bisnis Islam di Era Digital*, 215.

¹⁶ Azzalea, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

¹⁷ Berlin, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

memberikan atau bahkan tidak memberikan informasi yang memadai mengenai barang dagangannya.

Tabel 3.15

Penerimaan complain dari pembeli mengenai kerusakan barang

Jawaban	N	%
Ya	-	-
Kadang-kadang	2	13
Tidak Pernah	13	87
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak 2 orang informan kadang-kadang menerima complain mengenai kerusakan barang dagangannya. Dan sebanyak 13 orang atau 54% informan tidak pernah menerima complain apapun mengenai kerusakan barang dagangannya dari pembeli.

Salah seorang menyatakan dalam sesi wawancaranya bahwa: “ Ya pernah, tapi tidak sering. Saya pernah menerima complain dari pembeli mungkin memang kurang teliti saya dalam mengecek kembali barang dagangan saya sebelum saya jual. Jadi ya saya ganti dengan barang yang sesuai barang yang rusak tersebut”.¹⁸

Dari hasil wawancara dan pernyataan yang diajukan oleh peneliti kepada pedagang dapat disimpulkan bahwa pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo, Ponorogo tidak semua dari pedagang menerapkan sikap *fathanah* dalam kegiatan berdagangnya. Hal ini dipicu oleh pedagang kaki lima yang semata-mata berdagang untuk mendapatkan keuntungan dan pantang untuk mendapat kerugian. Sehingga mereka semaksimal mungkin melakukan hal-hal yang bisa mendatangkan keuntungan dan mencegah kerugian padanya.

¹⁸ Afredo, Wawancara, 20 Maret 2022.

d. *Tabligh*

Seorang pedagang harus memiliki sikap *tabligh* yaitu komunikatif dengan menunjukkan sikap yang baik atau pelayanan yang baik kepada pelanggan. Pelayanan yang baik kepada pelanggan harus seimbang antara hak dan kewajiban agar tidak ada pihak yang dirugikan.¹⁹

Tabel 3.16

Pelayanan informan yang baik kepada pembeli

Jawaban	N	%
Ya	15	100
Kadang-kadang	-	-
Tidak	-	-
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak semua informan mengatakan bahwa telah memberikan pelayanan yang baik dan bersikap ramah kepada pembeli. Dan tidak ada satupun informan yang menjawab kadang-kadang ataupun tidak memberikan pelayanan yang baik dan bersikap ramah kepada pembeli, seperti pernyataan bu Winarti bahwa: “ Ya menurut saya, saya sudah bersikap ramah, baik kepada pembeli”.²⁰

Tabel 3.17

Penerimaan penggantian barang cacat oleh pembeli

Jawaban	N	%
Ya	15	100
Kadang-kadang	-	-
Tidak	-	-
Jumlah	15	100

Sumber: data primer, (Pengelolaan angket), tahun 2022

¹⁹ Syarif, *Komunikasi Kontemporer: Bisnis Islam di Era Digital*, 216.

²⁰ Winarti, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak semua informan mengatakan bahwa bersedia mengganti barang yang sudah dibeli oleh pembeli yang cacat dengan syarat cacat berasal dari pedagang atau sebelum barang dagangan berada di tangan pembeli. Hal ini disampaikan oleh afredo, salah seorang pedagang pakaian yang menyatakan bahwa: “ Saya bersedia mengganti barang dagangan saya yang cacat, namun dengan catatan barang tersebut memang cacat sebelum barang dibeli oleh pembeli. Apalagi setelah beberapa hari barang tersebut baru dikembalikan saya juga agak ragu untuk mengganti barang karena bisa saja cacat barang terjadi setelah barang dibeli (kesalahan pembeli)”.²¹

Kesimpulan dari pernyataan mengenai praktik sikap *tabligh* pada pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo adalah bahwa pedagang kaki lima telah menerapkan sikap *tabligh* baik pelayanan yang baik kepada pelanggan dan penerimaan barang cacat dari pembeli. Hal tersebut dipicu oleh pedagang yang mengedepankan loyalitas pelanggan dalam berdagang.

Dari kedua data tersebut dapat disimpulkan bahwa pemahaman pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo sangat baik. Para pedagang telah menerapkan etika bisnis Islam secara praktik. Namun dalam hal teori para pedagang belum sepenuhnya memahami tentang etika bisnis Islam. Hal tersebut dipicu oleh rendahnya tingkat pendidikan dan kurangnya pengetahuan mengenai etika bisnis Islam.

²¹ Afredo, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

BAB IV
ANALISIS PRAKTIK ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG KAKI
LIMA CAR FREE DAY SUROMENGGOLO PONOROGO

A. Pemahaman Pedagang Kaki Lima Di Car Free Day Suromenggolo Ponorogo Mengenai Etika Bisnis Islam

Islam mengakui peranan perdagangan untuk mendapatkan keberuntungan dan kebesaran. Namun Islam membatasi cara mendapatkan keuntungan dan kebesaran tersebut dengan tidak melakukan kezaliman terhadap sesama terutama dalam berbisnis yang harus di lakukan dengan suka sama suka.

Pemahaman etika bisnis Islam terkait pentingnya sikap suka sama suka oleh pedagang dapat disimpulkan bahwa pedagang kaki lima *car free day* Suromenggolo Ponorogo memahami hal tersebut dengan sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara yang menunjukkan seluruh informan menyatakan ya dalam berdagang sikap tersebut sangatlah penting.

Selanjutnya terkadang proses penipuan dapat memberikan keridhaan kepada salah satu pihak karena ketidaktahuannya. Sebagaimana diriwayatkan oleh seorang tabi'in bahwa ketika ia tinggal di Basrah, ia memiliki pelayan di Soos. Pelayan itu menjadi agen pembeli gula, ia menulis surat kepada pelannya, "Belilah gula karena pohon tebu tahun ini terkena bencana". Maka pelayannya membeli gula dalam jumlah besar, kemudian hasil penjualannya ia mendapatkan keuntungan mencapai 30.000. pada malam harinya, ia merenung dan berkata dalam hati, "Saya mendapat keuntungan 30.000 tetapi rugi tetapi rugi tidak jujur kepada sesama muslim". Keesokan paginya, ia pergi ke pedagang gula tersebut dan menyerahkan uang 30.000 tersebut dengan berkata, "Semoga Allah memberkati kau dengan uang ini", lalu pedagang gula bertanya, "Darimana uang sebanyak ini?", ia berkata "Saya telah menyembunyikan hakikat yang sebenarnya, pada saat saya membeli gula dahulu, sebenarnya harganya sudah naik tetapi kamu masih menjualnya dengan harga yang lebih rendah", katanya "Semoga Allah merahmatimu, sekarang saya sudah tahu, dan harta ini saya berikan kepadamu dengan

senang hati”. Kemudian ia kembali dengan membawa uang tersebut, namun semalaman ia tidak bisa tidur. Hatinya berkata “ Saya tidak jujur, kepadanya mungkin ia malu sehingga ia tidak mau menerimanya dan memberikannya kepadaku”. Pagi harinya, ia kembali mengunjungi pedagang gula tersebut dan berkata “ Semoga Allah memberimu kesehatan, ambillah hakmu ini, niscaya hatiku senang.” Maka penjual itu menerima uang tersebut.¹

Dengan demikian, dari uraian kisah diatas memberikan pelajaran bahwa mengambil kesempatan pada saat memiliki barang langka dan mengambil keuntungan yang berlebih dari pembeli maupun pedagang yang tidak mengetahuinya itu dilarang. Apalagi yang dengan sengaja melakukan hal tersebut.

Selanjutnya terkait dengan pemahaman etika bisnis Islam pada pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo dapat disimpulkan bahwa telah memahami etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. Dalam berdagang secara praktik. Namun tidak secara teori, pedagang kaki lima masih minim pengetahuan etika bisnis Islam ini secara teori. Etika bisnis Islam ini sangat penting untuk dipahami para pebisnis, karena berdagang tanpa etika dapat merugikan pembeli dan pedagang. Begitu pula sebaliknya, dengan menerapkan etika bisnis Islam ini dalam berdagang akan mendatangkan keuntungan dan mendapat kesuksesan dalam berdagang.

Dalam pemahaman bahwa berdagang dengan menerapkan etika bisnis ini akan mendatangkan keuntungan, para pedagang kaki lima memahami hal tersebut dengan baik. Hal ini dapat terlihat dari data pernyataan pedagang yang menunjukkan bahwa dari keseluruhan informan yang ada menyatakan bahwa berdagang dengan etika bisnis mendatangkan keuntungan.

Sebagai seorang muslim yang berkecimpung dalam dunia bisnis merupakan sebuah peluang untuk senantiasa mendapatkan keuntungan dunia dan akhirat dengan memahami dan menerapkan etika bisnis kedalam aktifitas perdagangan. Dengan cara meyakinkan kepada diri sendiri bahwa

¹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani), 179.

segala rutinitas pekerjaan bernilai ibadah termasuk dalam aktifitas perdagangan.

Pemahaman terkait perdagangan termasuk kedalam hal ibadah, pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo telah memahami hal tersebut dengan baik. Para pedagang menyatakan apa saja aktifitas yang kita lakukan dengan baik akan bernilai ibadah. Dengan demikian niatkanlah bahwa perdagangan itu adalah ibadah dengan senantiasa memberi kemudahan kepada para pembeli yang membutuhkan barang.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hampir semua pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo mengetahui dan memahami etika bisnis Islam secara praktik. Sedangkan secara teori mereka kurang mengerti dengan etika bisnis Islam. Sehingga sangat perlu bagi para pedagang untuk memahami dan mempelajari lagi mengenai etika bisnis Islam. Hal ini dipicu oleh rendahnya pendidikan dan minimnya pengetahuan yang mereka miliki tentang agama. Namun secara praktik mereka telah memahami etika bisnis Islam berdasarkan dari pengalaman dan kebiasaan mereka dalam berdagang. Serta pengalaman dari keluarga, kerabat dekat, serta teman yang telah menekuni dunia perdagangan terlebih dahulu.

B. Praktik Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kaki Lima Di *Car Free Day* Suromenggolo Ponorogo

Nabi Muhammad telah melakukan transaksi perdagangannya secara jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh dan kecewa, ia selalu menepati janji dan mengantarkan barang dagangannya sesuai dengan standar kualitas dengan baik. Lebih dari itu Muhammad juga meletakkan prinsip-prinsip dasar dalam melakukan transaksi dagang secara adil. Kejujuran dan keterbukaan Muhammad dalam melakukan transaksi perdagangan merupakan teladan abadi bagi para pengusaha generasi.

Empat pilar sifat atau *attitude* yang kemudian berkembang menjadi sistem bisnis yang *shiddiq, amanah, fathanah, dan tabligh* menjadi pedoman

bagi kesuksesan bisnis sepanjang masa.² *Shiddiq* membentuk perilaku untuk tidak berbuat curang, menjual barang dengan menyatakan realitas barang dagangan, tidak mengurangi takarung atau timbangan. Menjelaskan spesifikasi dalam bisnis modern dengan menyatakan spesifikasi produk, kadaluwarsa dan juga komposisi. Produk yang memiliki komponen *shiddiq* memiliki umur panjang dan dicari oleh konsumen. Hal inilah yang akan melahirkan konsumen yang puas dan menjadi pelanggan tetap.

Selanjutnya konsep dagang yang diajarkan Muhammad ialah apa yang disebut dengan *value driven* (menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai dari pelanggan). *Value driven* juga erat hubungannya dengan apa yang disebut *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan antara pedagang, produsen dengan pelanggan. Pada permulaan barang diPasarkan, maka semua anggota masyarakat adalah calon potensial untuk membeli. Sebagai pedagang diajarkan menjaga reputasi sebagai orang yang dipercaya oleh mitra bisnis maupun oleh para konsumen. Kepercayaan dan kejujuran adalah modal hidup yang akan membawa keberhasilan untuk masa yang akan datang. Rasulullah selalu memperhatikan bagaimana seorang pedagang menjaga hubungannya dengan konsumen dengan tidak pernah bertengkar dengan pelanggannya dan semua orang yang berhubungan dengan Rasulullah selalu merasa senang, puas, yakin dan percaya dengan sikap kejujuran Rasulullah saw.

Selanjutnya dapat dilihat berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti peroleh dilapangan, dengan tehknik observasi dan wawancara kepada para pedagang *car free day* dan juga beberapa pembeli terkait dengan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., dalam berdagang apakah sifat-sifat tersebut diterapkan atau tidak, oleh para pedagang yang ada di *car free day* Suromengolo.

Adapun penjelasan masing-masing indikator sifat-sifat tersebut adalah sebagai berikut :

² Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana. 2007), 135.

1. *Shiddiq*

Kejujuran mencakup integritas yang mutlak diperlukan dalam mengelola sebuah bisnis, terlebih untuk menjaga interaksi antara pelaku bisnis dengan mitra bisnisnya. Kejujuran merupakan dasar yang harus dimiliki oleh seorang pelaku bisnis, ketika dasar yang dimiliki tidak lagi membekas atau hilang, maka hilanglah kepercayaan dari mitra bisnisnya. Integritas berkaitan juga dengan komitmen yang sudah ditetapkan oleh seorang pelaku bisnis.³

Sifat jujur merupakan sifat bawaan atau muncul dari dalam hati seseorang. Terutama dalam hal berbisnis tidak ada seorang pun yang menyukai kebohongan atau kecurangan karena hal tersebut mendatangkan kerugian bagi yang mengalaminya. Dalam hal bisnis atau berdagang kecurangan bahkan kebohongan sering dilakukan oleh pedagang-pedagang yang dengan sengaja melakukan kecurangan agar mendapatkan untung yang berlebih atau menyembunyikan cacat barang dagangannya agar tetap laku dijual. Menyembunyikan cacat barang atau tidak berterus terang mengenai kualitas barang termasuk kedalam kecurangan atau kebohongan.

Sifat menipu semacam ini sangat dikecam oleh Rasulullah saw. beliau berkata barangsiapa yang menipu atau curang bukanlah dari golongan kami. Dalam hadits lain beliau berkata: “Mengapa engkau tidak taruh dan perlihatkan yang basah itu di sebelah atas supaya orang-orang dapat melihatnya? barangsiapa yang menipu maka ia bukan dari golonganku”, ketika beliau melewati salah seorang pedagang bahan makanan dan beliau melihat jika tumpukan bagian bawah dari bahan makanan tersebut basah.⁴

Selanjutnya dalam prinsipnya para pedagang harus menjunjung tinggi nilai kejujuran maka wajib bagi mereka menjelaskan apa kekurangan dari barang yang dijualnya agar pembeli tidak kecewa atau

³ Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2018), 158.

⁴ Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam*, Cet ke. III (Bandung: Alfabeta, 2003),

sakit hati setelah membeli barang yang dijual. Dalam hal ini peneliti menemukan terdapat pedagang yang kadang-kadang bahkan tidak menjelaskan barang dagangannya, sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Maya dalam hasil wawancara cara peneliti menyatakan bahwa: “Kalau masalah memberitahu kekurangan dagangan saya memang jarang mengatakannya jika barang tersebut masih layak untuk dijual ia tinggal mereka atau pembeli yang harus pintar-pintar memilih kan barang juga ada di tempat atau jual beli atau transaksi bisa dilihat langsung dan dipilih-pilih”.⁵

Hal ini juga diperkuat oleh salah satu pembeli yang mengatakan bahwa “Iya saya pernah membeli barang ya memang kadang penjual itu tidak menjelaskan kekurangan atau ada cacat di barang dagangannya ya gimana namanya juga penjual. Jadi pernah saya beli satu kali barang dagangan yang rusak memang tidak 100% hanya cacat ringan dan masih layak digunakan. Namun yang namanya kita membeli ya pasti ada lah kecewa tapi saya balik lagi intropeksi diri saya yang kurang teliti itu saja”.

Dengan demikian dalam hal kejujuran dalam menyampaikan cacat barang dari keseluruhan narasumber dapat dikatakan jujur mengenai hal tersebut hanya beberapa yang tidak. Selanjutnya benar atau lurus adalah ciri orang mukmin, ciri para nabi, tanpa kebenaran agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil karena sikap benar adalah ruh keimanan. Sebaliknya sikap bohong atau dusta sangat dilarang begitupula dalam berdagang atau bertransaksi dilarang sifat dusta ini dalam berdagang termasuk juga dusta mengenai kualitas barang dagangan dengan kepentingan promosi. Dari hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa sikap kejujuran oleh pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo ini cukup memadai. Mereka lebih mengutamakan pada keuntungan jangka panjang daripada keuntungan saat itu juga.

⁵ Maya, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

2. Amanah

Setelah jujur sikap amanah juga sangat dianjurkan dalam aktivitas bisnis. Kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut amanah (dapat dipercaya). Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain. Maksud sifat jujur atau amanah dalam berjual beli adalah memberikan keterangan dan penjelasan tentang cacat atau kekurangan pada barang dagangan yang dijual jika memang ada cacat padanya.⁶

Sifat amanah mendorong seseorang bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri, masyarakat dan lingkungannya. Keberadaan sifat ini akan membangun kekuatan diri dan memperbaiki kualitas hubungan sosial. Dalam dunia komunikasi bisnis, nilai-nilai amanah sama penting kedudukannya dengan nilai-nilai *shiddiq*. Amanah dalam bertransaksi itu tidak mengurangi sesuatu yang disetujui, tidak menambah sesuatu yang disepakati dan memberikan sesuatu sesuai pesanan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan melalui observasi menunjukkan bahwa dalam pelanggaran janji kepada pembeli bahwa 13 informan dari 15 informan menyatakan bahwa mereka tidak pernah melanggar janji kepada pembeli. Sedangkan dua orang lainnya menyatakan bahwa mereka kadang-kadang atau pernah melakukan pelanggaran janji, hal ini dilakukan oleh pedagang tersebut dengan alasan pembeli tidak mengikuti syarat-syarat dari pedagang saat perjanjian tersebut dibuat. Mereka beralasan si pembeli tidak mengikuti syarat perjanjian, kesalahan si pembeli yang tidak teliti saat membeli barang dan lain sebagainya.

Berdagang dengan sifat-sifat terpuji (*amanah* dan jujur) adalah pekerjaan yang disukai dan dianjurkan oleh Rasulullah saw. karena

⁶ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani), 177.

dengan inilah yang menyebabkan keberkahan dan kebaikan dalam berdagang. Sebagaimana sabda rasulullah saw “Kalau keduanya (pedagang dan pembeli) bersifat jujur dan menjelaskan keadaan barang dagangan atau uang pembayaran maka Allah akan memberi keduanya keberkahan dalam jual beli tersebut. Tetapi kalau keduanya berdusta dan menyembunyikan hal tersebut maka akan hilang keberkahan jual beli tersebut.”

Selanjutnya pengamatan peneliti mengenai adanya potensi praktik monopoli dalam berdagang pada pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada atau tidak berpotensi. Hal ini terbukti dengan data bahwa semua pedagang memiliki kebebasan yang sama dalam hal berdagang, dalam menjual berbagai komoditas barang, mereka bebas menjajakan barang dagangannya dan sama-sama bersaing sehat.

Muhammad saw sebagai pebisnis menerima amanah barang dagangan untuk dijual di berbagai tempat dari sikap amanah inilah mampu menciptakan hubungan bisnis yang langgeng antara pemodal dengan yang dimodali. Sikap ini yang berkembang menjadi budaya hubungan bisnis antara satu badan dengan badan lainnya. Seperti perusahaan yang menghasilkan bagian dari bagian produksi lainnya. Sikap amanah menjadi sistem yang dikembangkan dengan memberikan standar kualitas produk dan juga garansi terhadap kerusakan barang perkembangan selanjutnya dalam amanah ini berupa pemberian kinerja dan usaha.

Sikap *amanah* inilah yang berkembang menjadi sistem evaluasi kerja untuk menunjukkan tingkat amanah yang diberikan kepada pengelola dapat dipercaya oleh mitra bisnis sukses termasuk masyarakat dan Negara. Menerapkan sikap keterbukaan dan amanah menyampaikan apa adanya akan membawa perdagangan dalam mencapai keuntungan dan keberkahan yang diridhoi oleh Allah Swt itulah makna amanah yang sesungguhnya.

3. *Fathanah*

Fathanah Berarti “cakap atau cerdas”. Seorang pebisnis harus memiliki kemampuan melihat sesuatu dari sudut pandang yang berbeda. Lalu, muncullah kreativitas, ide dan wawasan. Pada akhirnya, produk atau jasa yang dikeluarkan pun akan menjadi produk unggulan. Karena produk atau jasa yang dihasilkan unggulan, pelanggan pun senang dan menaruh kepercayaan atau *trust*.⁷

Dengan demikian peneliti menarik kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang kaki lima terkait *fathanah* dalam proses jual beli cukup memadai dan dapat dikatakan ia berdagang menerima atau pernah menerima komplain dari pelanggan.

Dari hasil wawancara disimpulkan bahwa sebagian dari pedagang telah memberikan informasi yang memadai tentang kualitas dagangannya. Sebagaimana salah seorang pedagang berkata “ Saya tidak pernah lebih dulu menjelaskan kualitas barang dagangan saya. Karena barang dagangan saya bisa dilihat sendiri oleh pembeli kualitasnya. Namun jika ada pembeli yang bertanya saya akan menjelaskan sesuai dengan yang saya ketahui”⁸

Hal itu menekankan bahwa pedagang kaki lima di cfd Suromenggolo telah menerapkan sifat *fathanah* dalam pemberian penjelasan yang memadai. Sedangkan sebagian dari pedagang mempunyai kendala dalam menerapkan sikap *fathanah* ini karena ada dari pembeli yang menawar harga lebih murah apabila terdapat cacat barang. Sebagian pedagang tersebut memilih untuk menjual barang dagangannya dengan pengurangan harga tersebut mereka lebih memilih untuk menjual barang tersebut daripada tidak laku dijual. Sikap *fathanah* ini sangat penting bagi para pebisnis atau berdagang karena sikap

⁷ Nasrul Syarif, *Komunikasi Kontemporer: Bisnis Islam di Era Digital*, (Sleman: Deepublish, 2019), 215.

⁸ Maya, *Wawancara*, 20 Maret 2022.

fathanah ini berkaitan dengan keuntungan bagaimana barang tersebut cepat laku dan dapat keuntungan cepat.

Dengan demikian apapun yang dilakukannya di dunia ini adalah untuk mencapai Ridha Allah dan sebagai seorang muslim harus mampu mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh Allah. Potensi paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal karena salah satu ciri orang yang bertaqwa adalah orang yang mampu mengoptimalkan pikirannya

4. *Tabligh*

Sifat *tabligh* artinya menyampaikan sesuatu hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tabligh* harus komunikatif dan argumentative. Dalam hal ini seorang pedagang harus memiliki sikap *tabligh* yaitu komunikatif dengan menunjukkan sikap yang baik atau pelayanan yang baik kepada pelanggan. Pelayanan yang baik kepada pelanggan harus seimbang antara hak dan kewajiban agar tidak ada pihak yang dirugikan.⁹

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai pelayanan yang baik pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo kepada pelanggan menunjukkan bahwa 15 informan menyatakan bahwa mereka memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. *Tabligh* merupakan kemampuan dalam mengkomunikasikan barang dagangan kepada pembeli dan membangun relasi bisnis konsumen merupakan *stakeholder* yang hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak akan berjalan apabila tidak ada konsumen yang membeli dan mengkonsumsi barang yang ditawarkan oleh penjual. Oleh karena itu konsumen selain sebagai pengamat juga punya andil yang besar dalam memahami tingkah laku watak sampai kepada cara dan gerak-gerik pelaku bisnis dalam berdagang.

⁹ *Ibid.*, 216.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pemahaman pedagang kaki lima di *car free day* Jalan Suromenggolo Ponorogo mengenai etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah saw cukup baik dalam berdagang secara praktik, namun tidak secara teori, pedagang kaki lima masih minim pengetahuan etika bisnis Islam ini secara teori. Terlihat dari jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti saat wawancara pedagang kaki lima menyatakan bahwa:

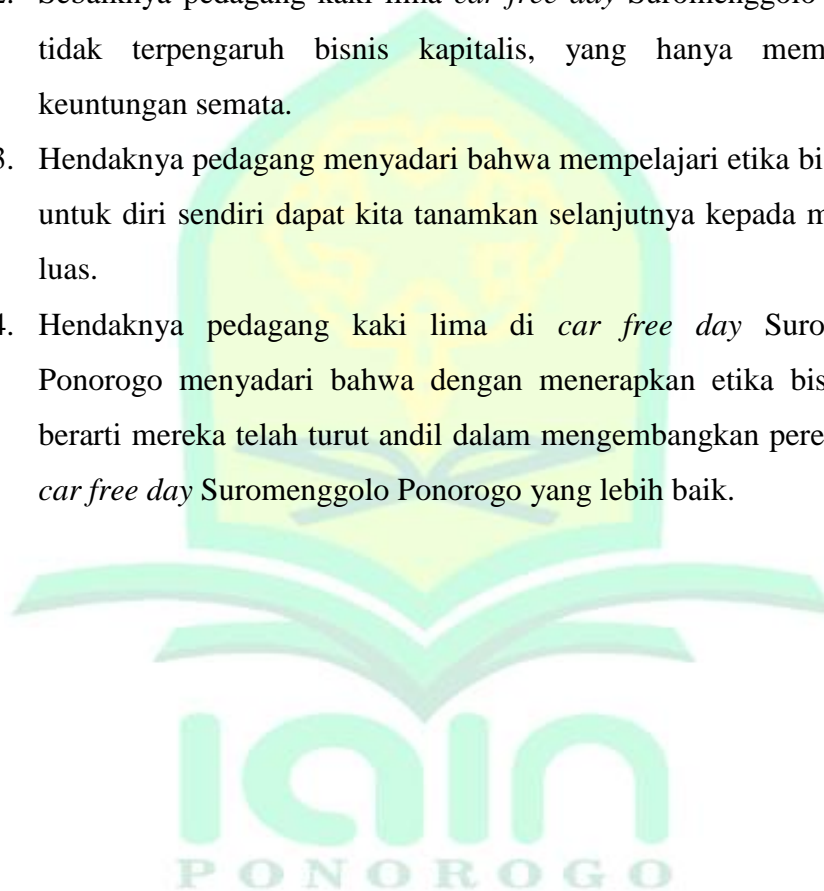
Dalam hal pemahaman etika bisnis Islam secara teori disebabkan oleh pengetahuan yang minim terkait hal tersebut. Bahkan terdengar asing di beberapa pedagang seperti baru mendengar istilah tersebut. Namun ada beberapa pedagang juga yang sedikit banyak mengetahui terkait etika bisnis Islam.

2. Praktik etika bisnis Islam oleh pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo telah diterapkan dengan baik, dilihat dari hasil wawancara dan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, yang menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada pedagang kaki lima *car free day* Suromenggolo Ponorogo telah menerapkan dengan cukup baik. Namun dari konsep-konsep etika bisnis Islam yang terdiri dari *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh*, masih terdapat beberapa pedagang yang belum sepenuhnya menerapkannya sesuai dengan ajaran nabi Muhammad saw. diantaranya yaitu dalam konsep *fathanah*, pedagang kaki lima belum semuanya melaksanakan praktik pemberian informasi yang memadai mengenai barang dagangannya dan dalam konteks konsep *shiddiq*, pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo belum sepenuhnya melakukan praktik pemberian informasi mengenai kualitas barang dagangannya.

B. Saran

Berdasarkan rumuan masalah yang telah dikemukakan, maka sebagai rekomendasi dan implikasi peneliti adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo berusaha memahami dan menerapkan dengan baik etika bisnis dalam Islam.
2. Sebaiknya pedagang kaki lima *car free day* Suromenggolo Ponorogo tidak terpengaruh bisnis kapitalis, yang hanya mementingkan keuntungan semata.
3. Hendaknya pedagang menyadari bahwa mempelajari etika bisnis Islam untuk diri sendiri dapat kita tanamkan selanjutnya kepada masyarakat luas.
4. Hendaknya pedagang kaki lima di *car free day* Suromenggolo Ponorogo menyadari bahwa dengan menerapkan etika bisnis Islam berarti mereka telah turut andil dalam mengembangkan perekonomian *car free day* Suromenggolo Ponorogo yang lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Makkasau, Indra. "Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mikro di Kelurahan Rampong Kota Palopo." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, 2019.
- Aisyah A. Wawancara, 20 Maret 2022.
- Alma, Buchari. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam*. Cet ke. III. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Al-Qur'an*. 9 ed., t.t.
- Andi Jam'an, Enny Radjab. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Pers, 2001.
- Aqlis, Khirjudin. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Pedagang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung)." Skripsi, Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- Arniyati Athar, Gadis. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Di Pasar Tradisional di Kota Binjai Smatera Barat." *Wahana Inovasi*, No.1, 9 (Juni 2020).
- Azharsyah Ibrahim, Khairil Umuri. "Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam." *Jurnal Iqtisaduna*, 2, 6 (2020). <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v6i2.17511>.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Baqir al-Sadr, Muhammad. *Keunggulan Ekonomi Islam: Mengkaji Sistem Ekonomi Barat dengan Pemikiran Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Pustaka Zahra, 2002.
- Beni. Wawancara, 20 Maret 2022.
- Bertens, K. *Etika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Darmawati. "Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Buah-buahan di Kota Samarinda)." *Fenomena*, 2, IV (2012).
- Djakfar, Muhammad. *Agama, Etika dan Ekonomi*. UIN-Maliki Press, 2014.
- Dwi Safitri, Tania. "Perspektif Siyasah Maliyah Terhadap Implementasi Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Retrisbusi Jasa Umum (Studi Kasus Pada Kegiatan Parkir di Car Free Day Kabupaten Ponorogo)." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2019.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2018.

- Gustiarni, Yeni. "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kaki Lima di Pasar Panorama Kota Bengkulu." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2015.
- Harahap, Nursapia. *Penelitian Kualitatif*. Medan, Sumatera Utara: Wal Ashri Publishing, 2020.
- Harahap, Sofyan. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Hessty Arline, Dheka. "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pasar Cinangsi Gandrungmangu Cilacap)." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020.
- Idri. *Hadist Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Issa Beekun, Rafeak. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007.
- Kanaf, Nicolaus, dan M Razif. "Efisiensi Program Car Free Day Terhadap Penurunan Emisi Karbon." *Jurnal Surabaya ITS*, 2010.
- Kharisma. Wawancara, 20 Maret 2022.
- Khasanah, Amaliyah. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Kaki Lima di Kawasan Kuliner Gemek Kecamatan Kedungwuni Kabupaten Pekalongan." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, 2020.
- Lukman Fauroni, muhammad. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Maghfi, Putri. "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Praktik Jual Beli Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2020.
- Maya. Wawancara, 20 Maret 2022.
- Mursidah, Umi. "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)." Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017.
- Nur. wawancara, 20 Maret 2022.
- "Peraturan Bupati Nomor 14 tahun 2020 tentang Kawasan Pelaksanaan Hari Bebas Kendaraan Bermotor (CFD)," t.t.
- Puspitasari, Ira. "Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Leuwiliang)." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, No.1, 3 (1 Januari 2019): 40–51.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Diterjemahkan oleh Zainal Arifin, Lc. Jakarta: Gema Insani Pers, t.t.

- Rafidah. "Perilaku Pedagang Sayur-Mayur Di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Parepare, 2020.
- Riani. Wawancara, 7 November 2021.
- Rivai, Veithzal, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.
- Ruri. Pembeli, 7 November 2021.
- Rusdi, Anwar. "Analisis Perilaku Pedagang Pasar Songgolangit Ponorogo dalam Perspektif Islam Yusuf Al-Qaradhawi." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2019.
- Shanum. Wawancara, 20 Maret 2022.
- Sholeh, Achmad. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kaki Lima di Pujasera Sragi Kabupaten Pekalongan." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan, 2019.
- Sri Devi, Cut, Rustiyarso, dan Amrazi Zakso. "Dampak Car Free Day Bagi Pedagang Kaki Lima di Kota Pontianak." *Program Studi Magister Pendidikan Sosiologi KIP Untan*, t.t.
- Sugiyono, Prof. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: ALFABETA CV, 2013.
- Syarif, Nasrul. *Komunikasi Kontemporer: Bisnis Islam di Era Digital*. Sleman: Deepublish, 2019.
- Tri Wulandaari, Aprilia. "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sembako di Pasar Dolopo Madiun." Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2021.
- Zulfikar. "Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Studi Kasus Pedagang Kaki Lima di Pasar Sentral Kabupaten Dompu NTB." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2020.

LAMPIRAN

A. Transkrip Wawancara

Pedoman Wawancara

Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Kaki Lima *Car Free Day* Suromenggolo Ponorogo

No:

Data Umum

1. Tanggal kunjungan/wawancara:...../...../.....
2. Alamat informan:..... RT/RW:...../.....
Desa/Kelurahan:.....
Kecamatan:

Karakteristik Informan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :Tahun
4. Pendidikan : a. Tidak Sekolah
b. SD/MI
c. SMP/MTSn
d. SMA/MA
e. PT/Diploma

A. Pemahaman

1. Apakah anda mengetahui tentang etika bisnis Islam dalam berdagang?
2. Apakah anda mengetahui sikap suka sama suka dalam berdagang?
3. Apakah bagi anda penerapan etika bisnis Islam membawa keuntungan?
4. Apakah anda mengetahui bahwa berdagang adalah merupakan ibadah?

B. Jujur

1. Apakah anda menjelaskan kepada pembeli kualitas dagangan anda?
2. Apakah anda pernah melakukan kecurangan dalam menjual barang dagangan anda?

3. Apakah anda pernah berbohong mengenai kualitas dagangan anda untuk kepentingan promosi?

C. Amanah

1. Apakah anda pernah melanggar janji dalam berdagang?
2. Apakah anda pernah melakukan monopoli dalam berdagang?

D. Fathanah

1. Apakah anda pernah memberikan informasi yang memadai tentang barang yang akan anda jual?
2. Apakah anda pernah mendapat complain dari pembeli tentang kerusakan barang yang anda jual?

E. Tabligh

1. Apakah anda memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli?
2. Apakah anda bersedia mengganti barang cacat yang dikembalikan oleh pembeli?

Pedoman Wawancara

Oleh Pembeli Tentang Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah Pada Pedagang Kaki Lima *Car Free Day* Suromenggolo Ponorogo

No:

Data Umum

3. Tanggal kunjungan/wawancara:...../...../.....
4. Alamat informan:..... RT/RW:...../.....
Desa/Kelurahan:.....
Kecamatan:

Karakteristik Informan

5. Nama :
6. Jenis Kelamin :
7. Umur :Tahun
8. Pendidikan : a. Tidak Sekolah
b. SD/MI
c. SMP/MTSn
d. SMA/MA
e. PT/Diploma

A. Jujur

1. Apakah anda mendapatkan penjelasan dari pedagang mengenai kualitas dagangannya?
2. Apakah anda pernah mengalami kecurangan dari pedagang dalam menjual barang dagangannya?

B. Amanah

3. Apakah anda pernah mendapati pedagang yang melanggar janji dalam berdagang?
4. Apakah anda pernah mendapati pedagang yang melakukan praktik monopoli dalam berdagang?

D. Fathanah

3. Apakah anda pernah menerima informasi yang memadai tentang barang yang akan anda beli?

4. Apakah anda pernah melakukan complain kepada pedagang?

E. Tabligh

3. Apakah anda menerima pelayanan yang baik dari pedagang?

4. Apakah andapernah mendapati pedagang yang bersedia mengganti barang cacat yang dikembalikan?

B. Observasi

LEMBAR OBSERVASI
ANALISIS PRAKTIK ETIKA BISNIS SYARIAH PADA PEDAGANG
KAKI LIMA CAR FREE DAY SUROMENGGOLO PONOROGO

Hari/Tanggal : _____

No.	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
-	KEJUJURAN		
1.	Pedagang kaki lima menjelaskan kualitas barang dagangan kepada pembeli secara jelas dan sesuai.		
2.	Pedagang kaki lima tidak melakukan praktik kecurangan dalam berdagang.		
3.	Pedagang kaki lima tidak melakukan praktik kecurangan mengenai kualitas barang dalam berdagang.		
-	AMANAH		
1.	Pedagang kaki lima menepati janji		
2.	Pedagang kaki lima dalam berdagang tidak memonopoli		
-	FATHANAH		
1.	Pedagang kaki lima dalam berdagang memberikan informasi yang memadai mengenai kualitas barang		
2.	Pedagang kaki lima menerima complain dari pembeli mengenai kerusakan barang		
-	TABLIGH		
1.	Pedagang kaki lima berdagang dengan bersikap ramah		
2.	Pedagang kaki lima menerima penggantian barang rusak		

C. Dokumentasi



Wawancara kepada pedagang kaki lima





Kedaaan *car free day* Suromenggolo Ponorogo



RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Novita Dwi Rachmawati
Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 5 Maret 2000
E-mail : novitadwir532@gmail.com
No. Hp : 081553633475
Alamat : Ds. Sirapan Rt. 15 Rw. 05 Kecamatan
Madiun, Kabupaten Madiun

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal :
 - a. MI AL-HIKMAH Sobrah Kabupaten Madiun dari 2007-2012
 - b. MTS Thoriqul Huda Dimong dari 2012-2015
 - c. MAN 2 Kota Madiun dari 2015-2018

Ponorogo, 22 April 2022

Novita Dwi Rachmawati
NIM. 401180078

