

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Praktik Etika Bisnis di Pasar Senggol**

Pasar Senggol Bangoan Kedungwaru Tulungagung, salah satu pusat makanan-jajanan khas terbesar dan terlengkap di Tulungagung. makanan-jajanan yang buka pada hari Minggu pagi hingga siang, selain waktu tersebut Pasar Senggol beroperasi sebagai pasar tradisional pada umumnya. Dinamai Pasar Senggol karena pada jaman dahulu makanann sompil terkenal lezat dan digemari sehingga ramai pembeli sedang penjual hanya satu orang maka saling berebut untuk dilayani duluan sampai terjadi senggol-senggolan sesama teman karena anak muda menggunakan kesempatan dalam kesempatan saling senggol-menyenggol, peristiwa ini terus berlangsung maka seiring berjalannya waktu semakin ramai, pepatah mengatakan ada gula ada semut, dimana ada tempat sumber mencari rezeki ,maka disitulah akan dikunjungi banyak orang .

Dari sekian banyak teori prinsip etika bisnis yang telah dibahas pada bab teori maka akan dibahas dalam praktik nyatanya sesuai dengan teori dari Syed Nawab Haidir Naqvi dalam *Ethict and Economics: An Islamic Syntesis* dan Choirul Anwar dalam Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Penyimpanan Barang Tepung Tapioka yaitu :

1. Prinsip Kesatuan (*tauhid*). Tauhid merupakan konsep serba eksklusif dan serba inklusif. Pada tingkat absolut membedakan *Khalik* dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat kepada kehendak-Nya, tetapi pada eksistensi manusia memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat, sebab

seluruh umat manusia dipersatukan dalam ketaatan kepada Allah swt. semata. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam sekaligus horizontal yang memadukan segi politik, sosial ekonomi kehidupan manusia menjadi kebulatan yang homogen yang konsisten dari dalam dan luas sekaligus terpadu dengan alam luas.

Dalam praktiknya di Pasar Senggol nyatanya banyak yang mengabaikan urusan dengan Tuhannya, seperti tidak menyegerakan sholat ketika adzan berkumandang bahkan bukan tidak mungkin melalaikan sholatnya untuk menjaga kios sepi khawatir pembeli datang atau kios yang sedang ramai khawatir pembeli kecewa dan pergi.

2. Prinsip kehendak bebas. Manusia sebagai khalifah di muka bumi sampai batas-batas tertentu mempunyai kehendak bebas untuk mengarahkan kehidupannya kepada tujuan yang akan dicapainya. Manusia dianugerahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah. Dalam bisnis manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, berkreasi mengembangkan potensi bisnis yang ada. Dalam mengembangkan kreasi terhadap pilihan-pilihan, ada dua konsekuensi yang melekat. Di satu sisi ada niat dan konsekuensi buruk yang dapat dilakukan dan diraih, tetapi di sisi lain ada niat dan konsekuensi baik yang dapat dilakukan dan diraih. Konsekuensi baik dan buruk sebagai bentuk risiko dan manfaat yang bakal diterimanya yang dalam Islam berdampak pada pahala dan dosa.<sup>1</sup> Dalam

---

<sup>1</sup> Syed Nawab Haidir Naqvi, *Ethict and Economics: An Islamic Syntesis*, terj. Husin Anis, *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami* (Bandung: Mizan, 1993), hal. 50-51.

praktiknya di Pasar Senggol nyatanya banyak pedagang yang memaksa pembeli untuk membeli barang dagangannya padahal si pembeli sudah akan singgah di kios lain.

### 3. Prinsip Jujur dan Transparan.

Diperintahkan oleh agama bahwa orang yang bertransaksi agar sama-sama jujur tidak merugikan salah satu pihak. Serta menjelaskan bahwa dalam berbisnis yang dicari bukan hanya profit saja melainkan menyertakan keberkahan juga, karena dengan berkahnya bisnis yang kita jalankan maka hidup akan ikut berkah dan diridho Allah sehingga mencapai hidup yang sejahtera. Dalam praktiknya di Pasar Senggol, salah satu tolok ukur palingsederhana dari kejujuran dan ketransparanan pedagangnya adalah dengan melihat caranya melakukan penimbangan, ukuran porsi atau jumlah sajian per porsi. Apakah berbanding lurus atau malah berbanding terbalik dengan harga dan ucapannya.

Seperti penjual buah yang melakukan penimbangan dengan timbangan analog/manual seringkali memberikan kelebihan berat untuk pembeli karena memang tidak ada angka pasti, hanya kira-kira dan mereka berpendapat daripada kurang lebih baik lebih atau bahasa pasarnya “anget timbangane”. Berbeda dengan pedagang yang menggunakan timbangan digital yang secara otomatis mengetahui dengan pasti berat dagangan disertai tambahan yang diberikan. Sehingga memudahkan pedagang memperkirakan secara lebih pasti. Bagi pedagang nasi (putih, uduk, jagung, tiwul) rata-rata memberikan takaran 2 centong. Bagi pedagang jajanan

seperti cenil dan teman-temannya mereka menakar dengan ukuran daun yang digunakan sebagai bungkus yang telah dipotong dengan ukuran yang telah disesuaikan sebelumnya sehingga tidak akan berbeda terlalu jauh antar satu pembeli dan pembeli lainnya meskipun hanya menggunakan prinsip kira-kira pedagang saja. Begitupun penjual es yang mengukur dengan gelas saji atau mangkuk saji sehingga meskipun dimakan ditempat atau dibungkus tetap memiliki ukuran yang sama.

4. Prinsip Menjual barang yang baik mutunya (*quality*).

Memastikan mutu barang dagangan merupakan kewajiban pedagang dan hak pembeli, sehingga pengelola Pasar Senggol beserta pemerintah desa terkait seringkali mengadakan penyuluhan bagi pedagang agar memberikan hak konsumen dengan menjual barang hanya yang baik mutunya, bukan makanan sisa kemarin atau bahkan makanan basi. Selain menipu dan tidak sehat tentu dapat menghilangkan kepercayaan pembeli, padahal kepercayaan adalah pondasi dasar terkuat bagi pedagang menarik pembeli setia dan selalu kembali.

5. Dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*).

Karena Pasar merupakan tempat yang rawan dengan berkumpulnya setan dan iblis sehingga sangat rentan bagi pedagang untuk melakukan penipuan sehingga menghindari sumpah merupakan hal yang sangat dianjurkan bagi pedagang agar menghindari dosa penipuan dan kebohongan yang mungkin dilakukan. Lagipula bagi orang jujur tanpa bersumpahpun pembeli akan tetap percaya.

6. Prinsip Longgar dan bermurah hati (*tatsamuh dan taraahum*).

Pedagang di Pasar Senggol sangat ringan tangan membantu sesama pedagang meskipun merupakan pesaingnya jika berada dalam kesulitan. Para pedagang juga memberikan kelonggaran dalam pembayaran bahkan sangat ringan menyikapi pembeli yang masih juga meminta potongan harga atau tambahan barang dagangan yang dibeli malah disikapi sebagai candaan dan sikap yang dapat mendekatkan pedagang dan pembeli.

7. Prinsip Tertib administrasi.

Sesuai asas perjanjian syariah yang berlaku, administrasi berupa pencatatan setiap transaksi sebagai bukti dan jaminan terjadinya akad/perjanjian. Juga tertib pembayaran bagi penyewaan kios, sampah bagi pedagang dan pembayaran parkir bagi pelanggan yang datang berkunjung.

8. Prinsip Tawar-menawar

Adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari Pasar, hal yang berkaitan erat dan menjadi ciri khas pasar dan tentu sangat disukai terutama oleh para Ibu. Hal yang tidak boleh ketinggalan dilakukan saat mengunjungi pasar, selain berusaha meminimalisir pengeluaran juga menambah keakraban dengan para penjual. Tawar-menawar adalah hal yang diperbolehkan dalam Islam selama wajar, tidak merugikan satu sama lain, tidak terjadi penipuan atau kebohongan dan dilakukan suka sama suka. Dalam praktiknya di Pasar Senggol tawar menawar diberlakukan (secara sadar maupun tidak, secara sengaja ataupun tidak) oleh hampir seluruh pedagang selain penjual makanan jadi seperti nasi pecel, jajanan cenil dan teman-temannya, serta

penjual mini swalayan. Selain itu pedagang yang menjual tanaman, baju, buah membuka kesempatan untuk tawar menawar bahkan sebagian menerima pesanan sesuai kesepakatan. Selain untuk mencari harga lebih murah juga menambah keakraban sesama penghuni pasar, itulah mengapa para subjek pasar seringkali memiliki hubungan dekat atau setidaknya sangat akrab.

9. Prinsip Khیار berasal dari kata Arab *al-khiyar*, artinya pilihan.

Yang dimaksud dengan hak khiar dalam dunia usaha ialah hak para pihak untuk menghentikan (membatalkan) suatu akad (transaksi) disebabkan alasan-alasan yang dibenarkan. Khiar sering dikenal dengan sebutan *khiyar al-mutabayi* "ain" setiap transaksi jual beli yang telah disepakati para pihak pada dasarnya adalah sah, hanya saja bagi setiap pihak ada hak khiar (memilih) yaitu hak untuk membatalkan akad yang telah disepakati para pihak disebabkan ada alasan yang lebih mendesak. Namun dalam praktiknya di Pasar Senggol hampir tidak pernah ditemui hal ini terjadi karena memang transaksi yang terjadi adalah transaksi kebutuhan pokok berupa makanan yang tentu mendesak dan terhitung mruahal.

10. Prinsip *Ihtikar* (penimbunan).

Ihtikar adalah tindakan menyimpan harta, manfaat, atau jasa, dan enggan menjual dan memberikannya kepada orang lain yang mengakibatkan melonjaknya harga pasar secara drastis disebabkan persediaan terbatas atau stok barang hilang sama sekali dari pasar, sementara masyarakat, negara

maupun hewan amat membutuhkan produk, manfaat, atau jasa tersebut.<sup>2</sup> Pada praktiknya pedagang di Pasar Senggol memiliki kemungkinan sangat tipis untuk melakukan praktik penimbunan karena sebagian besar barang dagangan yang di perjual belikan merupakan jajanan-makanan jadi sehingga akan rentan basi dan tidak dapat disimpan untuk jangka waktu yang lama.

#### 11. Prinsip keadilan dan keseimbangan

Pentingnya prinsip keadilan dan keseimbangan yang telah di lakukan oleh para pedagang di Pasar Senggol dengan selalu memperhatikan kebersihan dan kenyamanan. Hal ini bertujuan agar kualitas dari produk dagangan yang di jual selalu terjaga dan tidak mengecewakan konsumen. Dalam kegiatan jual beli prinsip keadilan sangatlah penting karena apabila tidak ada keadilan dalam hak dan kewajiban antara konsumen dan pedagang. Menyediakan makanan yang bersih sehat dan baik kepada pembeli adalah kewajiban bagi setiap pedagang yang ada di Pasar Senggol karena setiap konsumen berhak mendapatkan haknya yaitu ketenangan atas apa yang telah mereka beli

#### 12. Prinsip Tanggung jawab

Prinsip tanggung jawab adalah sikap yang harus di miliki oleh setiap pedagang di Pasar Senggol. Dimana mereka harus siap mempertanggung jawabkan apapun yang mereka jual, siap apabila sewaktu waktu

---

<sup>2</sup> Choirul Anwar, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Penyimpanan Barang Tepung Tapioka ( Studi Kasus di Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati ), (Semarang, Skripsi tidak di terbitkan), dalam <http://eprints.walisongo.ac.id/6733/3/BAB%20II.pdf> di akses 3 Mei 2018.

mendapatkan komplain dari konsumen atas produk makanan yang mereka jual. Para pedagang pun harus siap mengganti dengan yang baru.

#### *13. Prinsip Kebenaran, kebaikan dan kejujuran*

Dapat dilihat dari tidak menggunakan bahan makanan yang menyalahi aturan, tidak menutup-nutupi kekurangan pada produk yang di perjual belikan. Sikap jujur inilah yang perlu di perhatikan oleh para pedagang di Pasar Senggol dalam menginformasikan produk dagangannya agar produknya dapat di terima oleh para konsumen yang datang di Pasar Senggol. Menggunakan bahan yang memang aman dikonsumsi seperti tanpa pemanis buatan, pewarna buatan atau pengawet yang berbahaya, sebaliknya dapat menggunakan bahan alami seperti gula/garam sebagai pengawet, kunyit/pandan/wortel/sawi sebagai pewarna alami atau bahan buatan yang memang diperuntukkan konsumsi dan sudah lulus uji POM.

#### *14. Prinsip menetapkan harga dengan transparan.*

Prinsip ini dapat dilihat dari cara pedagang di Pasar Senggol dalam menetapkan harga, contohnya untuk jajanan pasar seperti kicak, cenil, lopis, growol, tiwul dan lain lain para pedagang menetapkan harga dengan sangat wajar, mereta dan hampir sama setiap kios. Tidak melakukan monopoli sehingga tidak merugikan pesaing lain.

#### *15. Prinsip menepati Janji*

Yang di maksud dengan prinsip menepati janji adalah sebagai pedagang pasti harus menepati janjinya kepada para konsumennya, terlebih janji kepada Allah SWT. Janji yang di berikan oleh para pedagang yaitu adalah

memberikan pelayanan maupun penyajian yang baik kepada para konsumennya. Menepati janji jika terdapat kesepakatan dengan pembeli seperti pengembalian barang atau pemesanan.

#### 16. Prinsip Menghindari jual beli yang haram dan diragukan.<sup>3</sup>

Dalam praktiknya para pedagang di Pasar Senggol selalu mengutamakan kehalalan produk yang di jualnya. Walaupun konsumen yang datang ke Pasar Senggol adalah orang orang dari berbagai ras, suku maupun agama tetapi para pedagang tetap mengutamakan kehalalan karena hampir seluruh pedagang merupakan muslim dan berada di lingkungan mayoritas muslim sehingga mayoritas para konsumennya pun beragama Islam. Tidak ditemui penjual minuman keras, daging babi, anjing atau bahkan bekicot sekalipun karena mereka tahu bahwa itu dilarang dalam agama Islam dan tentu akan sedikit pembelinya.

### **B. Faktor Penghambat dan Pendukung dalam Penerapan Etika Bisnis**

Selayaknya pasar tradisonal pada umumnya, jenis transaksi yang terjadi di Pasar Senggol merupakan transaksi jual beli sederhana dan hampir selalu selesai disaat yang sama, secara teori mereka menggunakan akan bai' (jual beli), salam (pesanan), terkadang beberapa pedagang menerapkan akad musawamah (dapat ditawar), namun mereka tidak menggunakan akad muzayadah (lelang), tidak melayani pembayaran melalui kartu atau uang elektronik lain. Dan dari hal tersebut dapat dilihat beberapa di antara faktor

---

<sup>3</sup> Choirul Anwar, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktek Penyimpanan Barang Tepung Tapioka ( Studi Kasus di Kecamatan Margoyoso Kabupaten Pati ), (Semarang, Skripsi tidak di terbitkan), dalam <http://eprints.walisongo.ac.id/6733/3/BAB%20II.pdf> di akses 3 Mei 2018.

yang mempengaruhi penerapan etika bisnis dalam transaksi di Pasar Senggol, yaitu :

1. Faktor Pendukung :

- a. Faktor yang mendukung kegiatan jual beli di Pasar Senggol di antaranya adalah sikap kekeluargaan yang selalu di kedepankan oleh para pedagang kepada sesama pedagang, hansip, pengelola ataupun konsumen yang ada di Pasar Senggol. Sikap saling menghargai, menjunjung tinggi kejujuran adalah hal yang sangat harus di perhatikan karena kejujuran dalam bermasyarakat apa lagi dalam kegiatan perekonomian. Kegiatan jual beli juga di dukung oleh sikap disiplin para pedagangnya yang selalu mengedepankan keteraturan dalam menjaga lingkungan pasar, menjaga kebersihan dan tidak pernah melakukan kegiatan yang dapat merusak citra Pasar Senggol seperti premanisme maupun pemalakan sehingga para konsumenpun selalu berkeinginan untuk kembali mengunjungi Pasar Senggol.
- b. Kesadaran para pelaku bisnis modern bahwa konsumen adalah benar-benar raja. Karena itu hal yang paling pokok untuk bisa untung dan bertahan dalam pasar penuh persaingan adalah sejauh mana suatu pedagang bisa merebut dan mempertahankan kepercayaan konsumen dalam persaingan bisnis yang ketat ini. Padahal kepercayaan akan membuat konsumen menjadi loyal dan menjadi pelanggan tetap serta membantu promosi gratis sehingga menambah keuntungan yang memang tujuan utama pelaku usaha.

c. Dalam sistem pasar terbuka dengan peran pemerintah yang bersifat netral tak berpihak tetapi efektif menjaga agar kepentingan dan hak semua pemerintah dijamin, para pelaku bisnis berusaha sebisa mungkin untuk menghindari campur tangan pemerintah, yang baginya akan sangat merugikan kelangsungan bisnisnya. Salah satu cara yang paling efektif adalah dengan menjalankan bisnisnya secara baik dan etis yaitu dengan menjalankan bisnis sedemikian rupa tanpa secara sengaja merugikan hak dan kepentingan semua pihak yang terkait dengan bisnisnya. Dengan kata lain atau sederhana mereka sedang mencari aman dan keselamatan daripada mempersulit diri sendiri dan memperumit segalanya.

2. Faktor Penghambat :

a. Kenaikan dan kelangkaan bahan baku yang kadang menjadi momok bagi para pedagang di Pasar Senggol. Dengan naiknya bahan baku maka akan mengurangi pendapatan bersih para pedagang dan terkadang membuat para pedagang terpaksa menaikkan harga makanan yang mereka jual. Contohnya apabila terjadi kenaikan harga pada telur ayam dan daging ayam maka pedagang akan menaikkan harga masakan mereka, atau untuk kasus ayam goreng maka pedagang akan mengecilkan ukuran potongan ayam goreng yang mereka jual.

b. Standar moral, agama, pendidikan pedagang masih cukup rendah. Banyak di antara pelaku bisnis yang lebih suka menempuh jalan pintas, bahkan menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan dengan mengabaikan etika bisnis, seperti memalsukan campuran, timbangan,

ukuran, menjual barang yang kadaluwarsa, dan memanipulasi laporan keuangan yang sering terjadi pada perusahaan. Lantas pasar yang tentu cakupannya terbatas bahkan dikatakan kecil juga tidak dapat dihindarkan dari hal-hal tersebut karena kenyataannya selalu ada oknum nakal yang bermain diluar jalur. Para orang yang tingkat keimanan dan taqwa kepada Tuhannya rendah, karena dalam agama manapun tidak akan diajarkan untuk merugikan dan menyakiti orang lain. Orang dengan pendidikan rendah namun memiliki keimanan tentu akan memiliki moral yang berbanding lurus karena agama mengajarkan untuk menjaga moral dan perilaku manusia. Dalam praktiknya di Pasar Senggol pun ditemui penjual makanan sisa kemarin, makanan basi, tidak layak konsumsi, mengandung bahan yang bukan diperuntukkan untuk makanan, namun hanya oknum dan sebagian kecil, sehingga tidak dapat dipukul rata kenakalan yang hanya dilakukan satu dua orang dengan orang yang memang jujur dalam berdagang.<sup>4</sup>

- c. Terjadinya konflik kepentingan. Konflik kepentingan ini muncul karena adanya ketidaksesuaian antara nilai pribadi yang dianutnya atau antara peraturan yang berlaku dengan tujuan yang hendak dicapainya, atau konflik antara nilai pribadi yang dianutnya dengan praktik bisnis yang dilakukan oleh sebagian besar pedagang lainnya, atau antara kepentingan pedagang dengan kepentingan masyarakat. Orang-orang yang kurang teguh standar moralnya bisa jadi akan gagal karena mereka mengejar

---

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Suroso, Pengelola Pasar Senggol, pada 22 Juli 2018

tujuan dengan mengabaikan peraturan. Seperti para karyawan yang mengetahui kecurangan yang dilakukan oleh atasan/bosnya namun tidak dapat berbuat apapun karena takut kehilangan pekerjaan padahal sedang sangat membutuhkan uang/sulit mendapat pekerjaan.

- d. Situasi politik dan ekonomi yang belum stabil. Hal ini diperkeruh oleh banyaknya sandiwara politik yang dimainkan oleh para elit politik, yang di satu sisi membingungkan masyarakat luas dan di sisi lainnya memberi kesempatan bagi pihak yang mencari dukungan elit politik guna keberhasilan usaha bisnisnya. Situasi ekonomi yang buruk tidak jarang menimbulkan spekulasi untuk memanfaatkan peluang guna memperoleh keuntungan tanpa menghiraukan akibatnya. Seperti sekarang nilai tukar rupiah yang sangat fluktuatif sedikit banyak tentu mempengaruhi harga bahan pokok meskipun tidak signifikan namun tetap terasa khususnya bagi pedagang makanan yang bahan bakunya sembako. Saat harga sawit yang turun namun harga minyak goreng tetap tidak bergerak turun juga salah satu permainan para elit dan penguasa yang mengorbankan para rakyat kecil.
- e. Lemahnya penegakan hukum. Banyak orang yang sudah divonis bersalah di pengadilan bisa bebas berkeliaran dan tetap memangku jabatannya di pemerintahan. Kondisi ini mempersulit upaya untuk memotivasi pelaku bisnis menegakkan norma-norma etika. Seolah hukum tumpul keatas dan runcing ke bawah. Pemilik pundi-pundi rupiah memenangkan hampir setiap peperangan yang terjadi, kekuasaan tetap menjaga para elit agar

menjadi kebal hukum, etika, moral dan perilaku bukanlah yang utama, namun uang masihlah merajai segalanya dan mengendalikan apapun yang ada. Mungkin itulah alasan manusia berlomba mencari uang dan berlomba naik ke tampuk kekuasaan yang lebih tinggi meskipun saingan tak dihitung jumlahnya dan kemungkinan keberhasilannya kurang dari satu persen dan bahkan jika harus menghalalkan segala cara.

- f. Belum ada organisasi profesi bisnis dan manajemen untuk menegakkan kode etik bisnis dan manajemen.

### **C. Perilaku Pedagang dalam Kegiatan Jual Beli**

Indikator yang digunakan untuk melihat atau menilai bahwa apakah pedagang telah atau belum meng-implementasikan etika bisnis adalah sebagai berikut :

1. Menurut ekonomi, ketika telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.<sup>5</sup> Sebagian besar pedagang menggunakan bahan yang didapat dari alam seperti daun pisang sebagai pembungkus dalam pembuatan jajanan liris lontong dan ssebagainya, daun pandan sebagai pewangi, gula dan garam sebagai pengawet alami, menerapkan prinsip etika bisnis seperti pemaparan diatas, namun dimana ada kebaikan tentu ada keburukan dan sebagian oknum pedagang melakukan kecurangan seperti pedagang yang mencurangi pembeli dengan meletakkan pemberat pada timbangan manual untuk mengurangi berat sehingga menambah keuntungannya. Atau

---

<sup>5</sup> Melvino, *Indikator Etika bisnis*, dalam [http://melvino84.wordpress.com/2011/10/indikator-etika-bisnis\\_14.html](http://melvino84.wordpress.com/2011/10/indikator-etika-bisnis_14.html), 2011, diakses pada 05 Juni 2018 pukul 20.24 WIB.

misalkan menggunakan bahan tidak sehat, bahan busuk, pengawet berbahaya seperti formalin atau boraks, menggunakan pewarna tekstil agar barang dagangannya lebih menarik bahkan kadang memiliki warna yang kurang wajar karena terlalu mencolok, menggunakan plastic sebagai pembungkus jajanan seperti lopis, lontong, padahal jelas bukan hal baik karena tidak tahan panas dan bisa meninggalkan bau resin, memakai pemanis buatan dan MSG agar rasanya lebih sedap. Juga bisa terjadi kecurangan dalam pemberian uang kembalian, bagi pembeli yang tidak teliti langsung menyimpan uang kembalian tanpa menghitung ulang karena percaya pada pedagang padahal seringkali entah khilaf atau memang sengaja mengurangi jumlah uang kembalian untuk menambah keuntungan pribadi meskipun merugikan pembeli. Meskipun kadang ketika ketahuan oleh pembeli mereka akan beralasan bahwa kurang teliti padahal memang telah terjadi berkali-kali. Dapat juga menggunakan modus penghapusan tanggal kadaluarsa pada makanan pabrikan agar tidak dapat diketahui dengan pasti masa berlakunya. Atau yang terakhir menggunakan pola penyajian/penataan barang dagangan yang baik sedangkan yang buruk disimpak namun ketika terdapat pembeli akan diberikan sebagian barang buruk/tidak sesuai dengan yang ditampilkan. Bahkan bukan tidak mungkin malah diberikan buruk seluruhnya sesaat setelah ditimbang sebelum diserahkan pada pembeli.

2. Menurut peraturan khusus, yang berlaku ketika masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> *Ibid.*,

Namun selalu ada hitam yang menyertai putih, seperti penjual buah yang telah menyipakan barang dagangannya dalam plastik sesuai takaran yang kira-kira diinginkan pembeli, meskipun terkesan lebih cepat nyatanya tak jarang berisi buah dengan kualitas buruk. Padahal buah yang dijadikan contoh merupakan buah baik segar atau buah masam yang matang karena bahan kimia namun contoh yang disajikan bahkan kadang boleh dicicipi merupakan buah matang di pohon yang tentu lebih manis alami.

3. Menurut hukum, ketika telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan bisnisnya.<sup>7</sup> Menurut UU perlindungan konsumen, baik pedagang maupun pembeli memiliki hak dan kewajiban masing-masing namun sseringkali pedagang mengabaikan hak pembeli padahal pembeli telah melaksanakan bagian kewajibannya. Misalkan seringkali pembeli memberikan kembalian berupa permen/bumbu instan alih-alih uang receh dengan alasan tidak memiliki peahen kecil padahal mencari laba lebihal. Atau tidak jarang sengaja mengurangi jumlah uang kembalian secara sadar demi kantong yang lebih tebal padahal jika dilaporkan bisa ditindak dengan hukuman perdata berates juta rupiahal.
4. Berdasarkan ajaran agama, ketika dalam pelaksanaan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai ajaran agama yang dianutnya.<sup>8</sup> Tidak ada agama yang mengajarkan keburukan pada umatnya, namun manusia tidak mempunyai rasa puas dan selalu merasa kurang sehingga mengingkari hati nuraninya

---

<sup>7</sup> *Ibid.*,

<sup>8</sup> *Ibid.*,

sendiri dan mengabaikan perintah Tuhannya. Seperti berbohong tentang kualitas barang yang dijual, mengurangi timbangan, mencurangi pelanggan, dan hal buruk lainnya.

5. Berdasarkan nilai budaya, ketika mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada disekitar lokasi usaha.<sup>9</sup> Norma social selalu mengerikan sehingga ketika seseorang mengabaikan atau melanggar norma yang berlaku disekitarnya maka dampak mengerikan akan dirasakan. Tidak dipercaya, dikucilkan, dihina, digunjingkan adalah sedikit diantara dampak pelanggaran norma social. Padahal lingkungannya adalah tempat ia hidup dan manusia tidak dapat hidup tanpa orang lain.
6. Menurut masing-masing individu adalah apabila masing-masing pelaku bisnis bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritas pribadinya.<sup>10</sup> Pada dasarnya setiap manusai mengetahui atau setidaknya merasakan kebenaran/kesalahan yang ia lakukan karena hati adalah penentu/indicator manusia ketika ia bersih dan baik maka baiklah manusia tersebut namun jika sebaliknya maka buruklah ia. Ketika seseorang mengikuti kata hatinya maka jalan luruslah yang akan ia lalui namun jika mengabaikan maka kesesatanlah yang ia tuju.

Berikut adalah daftar pengelompokan & nama dagangan serta jumlah penjualnya :

**Tabel 5.1**  
**Daftar Pengelompokan & Nama Dagangan dan Jumlah Penjualnya**

---

<sup>9</sup> *Ibid.,.*

<sup>10</sup> *Ibid.,.*

No	Nama Dagangan	Jumlah
<b>Makanan</b>		
1	Sompil	15
2	Ampok	5
3	Nasi campur	12
4	Punten	2
5	Nasi kuning	1
6	Tempe penyet	1
7	Ayam	3
<b>Peralatan</b>		
8	Alat solat	1
9	Alat listrik	1
10	Rental ps	1
11	Conter	1
12	Grabah	1
13	Poto copy, buku	1
14	Salon	1
15	Bengkel	1
<b>Lain-lain</b>		
16	Mainan	14
17	Baju	10
18	Kaca mata	1
19	Sandal	3
20	Tas	2
21	Sepatu	1
22	Pakan burung	1
23	Warkop	3
24	Lukisan	1
25	Mini swalayan	1
26	Wayang	1
27	Keong	1

No	Nama Dagangan	Jumlah
<b>Jajanan</b>		
28	Cenil	26
29	Getuk	18
30	Kicak	19
31	Jenang	3
32	Siomai goreng	1
33	Grontol	1
34	Sosis	3
35	Jajan	35
36	Rokok	1
37	Pentol	1
38	Terang bulan	1
39	Kripik	2
40	Tahu kres	1
41	Arum manis	1
42	Buah	2
43	Sate tahu	2
44	Ikan	2
45	Krupuk	1
<b>Minuman</b>		
46	Pop ice	1
47	Es	8

Dari tabel diatas dapat dilihat jenis barang yang diperjualbelikan di Pasar Senggol beserta jumlahnya yaitu jumlah pedagang makanan berat berjumlah 39, dalam kategori peralatan terdapat 8 pedagang, 9 pedagang minuman, sedangkan kategori dengan jumlah pedagang terbanyak adalah jajanan sebanyak 120 karena memang itulah point utama Pasar Senggol. Dan dari hasil penelitian mengenai etika bisnis pedagang di Pasar Senggol bangoan

Kedungwaru Tulungagung dalam perspektif Islam bahwasanya secara garis besar para pedagang telah melakukan atau menjalankan etika bisnis seperti yang telah dijelaskan pada point A diatas.

Meskipun entah mengapa sangat sulit mencari celah buruk di Pasar ini, entah karena memang pedagang yang dasarnya memiliki sifat benar-benar baik atau sangat pandai menyembunyikan keburukannya. Tidak pula ditemui keributan yang terjadi antar pedagang meskipun melihat jumlah pedagang yang menjadi pesaing, entah mereka memang sadar, tidak berani atau menjaga image nya sendiri. Bahkan menurut pengelola memang kedamaian tercipta akibat kesadaran para pihak terkait, seringkali pengelola mendapat pertanyaan yang sama namun beliau menjawab,

*“lha piye loh mbak pancen kene ki damai arepe jawab piye maneh, akeh yoan sing takok tapi ndak percoyo lek dijawab kok iso anteng men pasar e ndak geger lha nyatane pancen ngunu, wong-wongan e ki penak diatur, manut, ndak ngengkel. Gek poma rame yo opo sing diramekne wong rebutan nggon yo ra mungkin, wes oleh jatah dewe, bayar dewe, lek udur nggon tak kon mapan lapangan ombo ke. (sambil menunjuk lokasi lapangan yang memang masih sebagian besar kosong, hanya dIIIsisebagian kecil) udur wong tuku yo ora tau wong sing tuku butuhe dewe selera dewe gek jenenge rejeki wes diatur”<sup>11</sup>*

Yang artinya : *“bagaimana lagi mbak memang beginilah adanya damai mau dijawab bagaimana lagi, banyak juga yang mempertanyakan tapi tidak percaya saat dijawab bagaimana bisa setenang itu sebuah pasar tidak ramai bertengkar, memang begitulah adanya, mudah diatur, penurut tidak semaunya sendiri. Seandainya bertengkar masalah apa, rebutan lahan juga tidak mungkin karena semua memiliki jatah lokasi sendiri dan membayar sendiri, kalau mau bertengkar rebutan lahan, saya suruh ke lapangan saja masih luas, kalau berebut pembeli juga tidak pernah karena pembeli memiliki kebutuhan sendiri dan selera serta rejeki memang telah diatur.”*

---

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Suroso, Pengelola Pasar Senggol, pada 22 Juli 2018

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa pedagang yang di jadikan sample penelitian dapat di ketahui bahwasanya para pedagang di Pasar Senggol secara konkrit dalam setiap transaksi bisnis yang mereka lakukan sudah menerapkan teori etika seperti yang penulis bahas pada bab II. pada bab II di jelaskan bahwa seseorang, dimana kewajiban itu layak dilakukan sebagai bentuk tanggungjawab yang seharusnya dilakukan pedagang pada umumnya. Misalnya memberikan pelayanan terbaik kepada semua konsumennya dan menawarkan barang atau jasa dengan mutu yang sebanding dengan harganya. Akan tetapi masih banyak juga oknum yang melakukan kecurangan dengan menjual barang kualitas rendah, timbangan tidak transparan dan hal tercela lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di paparkan dan di jabarkan berkaitan dengan etika bisnis pedagang di Pasar Senggol, maka dapat di simpulkan bahwa pedagang sangat perlu dan penting mengetahui dan memahami tentang etika bisnis dalam berdagang, namun ada pula pedagang yang beranggapan bahwa tidak perlu memahami etika bisnis Islam karena mereka telah aman dengan sistem yang telah mereka pahami selama ini. Mereka melihat bahwasanya etika bisnis Islam tidak mempunyai peranan penting dalam dunia perdagangan.

Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa semua pedagang di Pasar Senggol mengetahui dan memahami etika bisnis dalam berdagang, walaupun secara teori banyak pedagang yang tidak memahami etika bisnis di karenakan rendahnya pendidikan dan kurangnya pengetahuan yang mereka miliki tentang

agama. Namun secara praktek mereka telah menjalankan etika bisnis Islam melalui pengalaman dan kebiasaan mereka dalam berdagang. Serta pengalaman yang di dapatkan dari orangtua, saudara, kerabat dan teman teman yang menekuni pekerjaan sebagai seorang pedagang dan telah lama berkecimpung dalam dunia perdagangan.

#### **D. Cerminan Etika Bisnis Islam Terhadap Kesuksesan Usaha Bisnis Jual Beli di Pasar Senggol**

Menurut Plato and Aristoteles, manusia harus melakukan yang baik, justru karena hal itu baik. Yang baik mempunyai nilai intrinsik, artinya yang baik adalah baik karena dirinya sendiri.<sup>12</sup> Malah yang baik adalah satu-satunya hal yang kita kejar karena dirinya sendiri. Pikiran ini juga bisa diterapkan pada situasi bisnis. Pelaku bisnis harus melakukan yang baik karena hal itu baik (harus mempunyai integritas moral yang tinggi). Bisnis harus berlaku etis demi kepentingan bisnis itu sendiri. Banyak semboyan baru yang mempropagandakan pentingnya menerapkan etika dalam berbisnis, seperti *ethics pay* (etika membawa untung), *good business is ethical business*, dan sebagainya. Bahkan telah diusahakan untuk menunjukkan secara empiris bahwa usaha yang mempunyai standar etis tinggi tergolong juga usaha yang sukses. Kendati tidak ada jaminan mutlak, pada umumnya usaha yang etis adalah usaha yang mencapai sukses juga. Jika dalam kegiatan bisnis secara

---

<sup>12</sup> Sylvan Stefanus, *Ringkasan Pemikiran Sokrates, Plato, Aristoteles, Epikuros, Zeno dan kotoin, dan spetisisme*, dalam [https://www.academia.edu/2472289/Ringkasan\\_Pemikiran\\_Sokrates\\_Plato\\_Aristoteles\\_Epikuros\\_Zeno\\_dan\\_Kition\\_dan\\_skeptisisme](https://www.academia.edu/2472289/Ringkasan_Pemikiran_Sokrates_Plato_Aristoteles_Epikuros_Zeno_dan_Kition_dan_skeptisisme) diakses pada 22 Desember 2018 pukul 12.00 WIB

umum harus menerapkan dan mempertimbangkan nilai-nilai etis/moralitas di dalamnya, maka dalam kegiatan bisnis yang lebih khusus/kecil juga demikian.

Etika bisnis Islam dianggap penting untuk mengembalikan moralitas dan spiritualitas ke dalam dunia bisnis. Hanya usaha yang menerapkan standar etika, yang terbukti lebih sukses dalam jangka panjang. Hal ini tidak lain disebabkan karena etika bisnis mampu menciptakan reputasi yang bisa dijadikan sebagai keunggulan bersaing. Produk yang bagus mudah ditiru, tetapi reputasi sebagai hasil dari penerapan etika akan sangat sulit untuk ditandingi. Etika dapat didefinisikan sebagai satu usaha sistematis dengan menggunakan akal untuk memaknai individu atau sosial kita, pengalaman moral, dimana dengan cara itu dapat menentukan peran yang akan mengatur tindakan manusia dan nilai yang bermanfaat dalam kehidupan. Kadangkala, etika disinonimkan dengan moralitas. Sebuah tindakan yang secara moral dianggap benar disebut tindakan yang etis. Moralitas merupakan suatu tindakan normatif dan model yang tercermin dalam tingkah laku manusia.<sup>13</sup>

Secara umum etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai atau standar-standar moral dalam kebijakan, kelembagaan dan perilaku bisnis yang diterapkan untuk meningkatkan *good will* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan. Dengan kata lain, etika bisnis sebagai salah satu dari disiplin ilmu yang berhubungan dengan persoalan-persoalan perilaku bisnis dalam berbagai konteksnya, sekaligus menawarkan seperangkat nilai bisnis,

---

<sup>13</sup> Rizal Darwis, *Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam*, Al-Izzah :Jurnal Hasil-Hasil Penelitian, [Vol. 12 No. 1 Mei 2017](#) hal. 199

agar dapat menjembatani persoalan-persoalan yang melingkupinya dengan tanpa menyimpang dari hakikat perdagangan dan nilai-nilai kemanusiaan. Bagi sebagian kalangan bisnis diartikan sebagai aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan mencari keuntungan semata. Aktivitas bisnis dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya, karena itu cara apapun boleh dilakukan demi meraih tujuan tersebut. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian bagi pihak lain, tetapi bila menguntungkan bagi pelaku bisnis atau perusahaannya, maka dianggap sebagai pilihan bisnis.

Prinsip-prinsip etika bisnis menurut Alquran, yaitu melarang bisnis yang dilakukan dengan cara kebatilan, bisnis tidak boleh mengandung unsur riba, kegiatan bisnis juga memiliki fungsi sosial baik melalui zakat dan sedekah, melarang mengurangi hak atas suatu barang atau komoditas yang didapat atau diproses dengan media takaran atau timbangan karena merupakan bentuk kezaliman, menjunjung tinggi nilai-nilai keseimbangan baik ekonomi maupun sosial, keselamatan dan kebaikan, serta tidak menyetujui kerusakan dan ketidakadilan, dan perilaku bisnis dilarang berbuat zalim (curang), baik dirinya sendiri maupun juga kepada pelaku bisnis yang lain. Yusuf Qardhawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai-nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan. Pada dasarnya, Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang agama dan etika. Di dalam peraturan sirkulasi atau perdagangan Islami terdapat norma,

etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih.<sup>14</sup>

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Perbandingan antara harapan dan kinerja tersebut akan menghasilkan perasaan senang atau kecewa di benak pelanggan. Apabila kinerja sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa senang atau puas. Sebaliknya apabila kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas. Kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan sikap yang ditunjukkan pelanggan atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Kepuasan pelanggan juga didefinisikan sebagai tanggapan pelanggan, yaitu penilaian atas fitur-fitur suatu produk atau jasa, bahkan produk atau jasa itu sendiri, yang memberikan tingkat kesenangan dalam mengkonsumsi yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti mengenai objek pengukuran sebagai berikut: Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*). Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Dengan mengukur

---

<sup>14</sup> Rizal Darwis, *Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Sentral Gorontalo Perspektif Hukum Bisnis Islam*, Al-Izzah :Jurnal Hasil-Hasil Penelitian, [Vol. 12 No. 1 Mei 2017](#) hal. 199

tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau jasa usaha bersangkutan. Atau menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk dan/atau jasa pesaing.

Ada 2 metode yang bisa digunakan setiap usaha untuk mengukur kepuasan pelanggannya yaitu: Sistem Keluhan dan Saran. agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan mempunyai konsekuensi berupa komplain atau loyalitas pelanggan terhadap produk atau usaha. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan yang optimal maka akan mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas terhadap produk/jasa tersebut.<sup>15</sup>

Salah satu bukti kesuksesan usaha dengan menerapkan etika bisnis Islam di Pasar Senggol adalah sepasang pedagang makanan bernama Bapak Andrias dan Ibu Ani yang notabene merupakan keturunan ras Tionghoa yang tinggal di perumahan dekat Pasar, berdagang hampir 10 tahun disana dan telah memiliki sekitar 10 karyawan sebagai pedagang makanan terbesar dan terlaris menjual berbagai pilihan menu sarapan beserta pelengkap yang juga beraneka macam, mulai dari pecel dengan lauk standart tahu tempe hingga lele, ati ampela, ayam, udang dan lain sebagainya. Berikut hasil wawancara bersama beliau :

Informasi Pedagang :

Nama : Bapak Andrias dan Ibu Ani

---

<sup>15</sup> Nana Rusdiana., *Etika Bisnis Pedagang Ikan Di Pasar Besar Kota Palangka Raya Perspektif Ekonomi Islam*, (Palangkaraya:Skripsi tidak diterbitkan), hal.66

Lama Berdagang : di Pasar Senggol hampir 10

Alamat : Perumahan Mustika Asri Desa Tapan No.4

Usia : 52 tahun dan 45 tahun

1. Berapa tahun berjualan atau sejak tahun berapa? Dan berapa jam?

Berdagang hampir 10 tahun disana dan telah memiliki sekitar 10 karyawan. Dan sudah membuka cabang di Kepatihan. Dari sekitar jam 06.00 WIB sampai habis, kadang jam 10.00 sudah habis.

2. Apa saja jenis barang yang dijual? Buatan sendiri atau reseller?

Racikan sendiri tapi dibantu proses masakannya oleh beberapa karyawan. Jual nasi campur aneka lauk, geprekan, ayam bakar, lele, jeroan, kikil, udang, cumi, pentol bakar, tempe bakar, pecel, dan berbagai jenis minuman dari yang hangat seperti the, jeruk, kopi, susu dan berbagai es seperti es the, es teller, es campur, es degan, pop ice, jus buah.

3. Apakah selalu laris dan dagangan habis?

Alhamdulillah selalu habis sekarang. Dahulu saat merintis sering sisa.

4. Berapa keuntungan yang diperoleh?

*“yo malu to mbak lek ditanya bathi, wong dodolan iku gak mesti olehe kadang yo lumayan kadang yo rodok ra patek akeh. Pokok syukur”* Ucap bu Ani seraya tertawa. Yang artinya : malu lah mbak kalau ditanya laba orang jualan itu tidak tentu dapatnya kadang lumayan kadang tidak terlalu banyak. Yang penting bersyukur. Namun ditaksir dari barang dagangan dan jenisnya diperkirakan tidak kurang dari 2 juta rupiah laba bersih yang dihasilkan.

5. Bagaimana penentuan harga jika pedagang banyak yang memiliki jenis usaha yang sama?
6. Sudah ada sosialisasi dan kelompok pedagang Pasar Senggol yang menentukan harga eceran tertinggi yang berlaku di lokasi. Jadi tidak ada yang memonopoli.
7. Bagaimana kondisi persaingannya?

Lumayan sehat, masalah selalu ada tapi penyelesaian dengan damai selalu didapat pada akhirnya.
8. Berapa biaya yang dibebankan kepada pedagang?

Tergantung kebutuhan pedagang, tarif per tiang Rp 100.000 karena menggunakan 4 tiang maka Rp 400.000 petahun. Terus tiap minggunya bayar karcis tarikan setiap minggu Rp 2000.
9. Bagaimana penentuan lokasi berjualan? Dan rolling waktu penjualan?

Tidak menggunakan system rolling. Penentuan lokasi menggunakan system kopyokan/arisan pertama pasar buka, kalau sekarang menempati lokasi yang kosong.
10. Apa saja kendala yang dihadapi dan bagaimana solusinya?
11. Pada tahun awal berjualan sering tidak habis sehingga harus berdagang sampai siang sekali. Solusinya tetap sabar, ikhlas, istiqomah karena merintis memang membutuhkan waktu samapi memiliki kepercayaan dan tempat sendiri di hati konsumen. Pembeli nakal yang tidak jujur dengan jenis pesanan dan jumlah pembayaran. Solusinya lebih teliti, berhati-hati,

memperingatkan karyawan untuk selalu fokus dan teliti. Memastikan jumlah barang dagangan dengan nilai yang didapatkan.

12. Bagaimana hubungan dengan pesaing?

*“Alhamdulillah, hubungan antar sesama pedagang rukun, ndak ada pertikaian karena semua sudah memiliki langganan sendiri sendiri. Karena sudah berjualan bertahun tahun jadi pembeli mau pesan makanan sesuai selera mereka masing masing. Mau beli makan disini atau di sana kami tidak masalah.”*

13. Bagaimana hubungan dengan konsumen?

*“Baik mbak hubungan kita sama pelanggan, bahkan ada yang tiap minggu sarapan disini, wis pokoknya sampek saya hafal wajah e.”*

14. Bagaimana hubungan dengan pengelola?

Baik, pengelola selalu bersikap kooperatif, ketika pedagang membutuhkan sesuatu pengelola akan membantu karena kekeluargaannya erat.

15. Seberapa puas dengan kondisi saat ini? Kebijakan Pengelola dan pemerintah?

*“Sudah puas mbak, pasar e juga semakin ramai, makin besar juga pasar e jadi kita juga seneng dagangan kita selalu habis, padahal belum sampek siang. Dari pemerintah juga memperhatikan keamanannya soalnya pasti ada polisi yang jaga tiap minggu. Disini juga ada pelayanan masyarakat kayak samsat keliling jadi makin rame, nanti kalau capek habis antre mereka biasanya beli makan disini juga mbak.”*

16. Pernahkah menjadi korban kejahatan?

*“Ndak ada mbak, palingan juga orang makan disini terus bayar e ndak sesuai sama pesanan e mbak. Ndak ada kalau yang kejahatan berat mbak.”*

17. Jika iya, apa yang dilakukan dan bagaimana usaha pengelola dalam menangani masalah tersebut?

Pengelola membantu mengamankan, sejauh ini belum ada kasus sebesar perampokan. Terbilang pasar yang sangat aman.

18. Apakah memiliki sumber penghasilan lain selain berjualan disana?

*“Iya mbak, saya punya cabang di kepatihan. Jualannya sama kayak yang ada disini.”*

19. Apakah polisi selalu rutin melakukan sidak ke pasar?

Selalu setiap hari minggu, kalau hari lain kadang-kadang beberapa hari sekali saja.

20. Bagaimana menjaga kepercayaan pembeli agar tetap menjadi pelanggan setia dan selalu datang kembali?

Beliau selalu melayani dengan sepenuh hati, tersenyum ramah kepada siapapun yang melewati kiosnya yang memang berada tepat didepat gerbang masuk Pasar, turun tangan langsung melayani pembeli meskipun memiliki banyak karyawan, selalu berusaha sebaik mungkin menjalankan usahanya, memberikan hak konsumen, menyediakan tempat sebaik dan nyaman mungkin karena memang mampu menyewa tempat makan lebih banyak dari pedagang lain. Selalu mengutamakan kebersihan lokasi dagangannya dan menjaga kualitas rasa dan keamanan bahan yang

digunakan seperti masakan rumahan sehingga membuat pembeli tidak merasa makan diluar tapi makan masakan Ibu dirumah sendiri. Beliau juga selalu menjaga kejujuran, tanggungjawab, keadilan dengan menerapkan antri saat kiosnya ramai, memastikan pembeli mendapat kembalian semestinya, meminimalisir kesalahan pelayanan, dan penghitungan.

21. Bagaimana menjaga agar karyawan tetap loyal ?

Selalu memberikan hak tepat waktu, memperlakukan seperti keluarga, mendidik dengan tegas namun tetap dalam belas kasih, menerapkan batasan antara hak dan kewajiban namun tetap mengedepankan kesejahteraan.

22. Apakah pernah menggunakan bahan yang buruk? Apakah pernah menjual makanan sisa kemarin?

Tidak pernah, karena beliau percaya ketika satu orang kecewa akan membuat runtutan kekecewaan pelanggan lain sehingga beliau berpegang prinsip lebih baik tidak jualan daripada harus menjual sesuatu yang buruk. Karena akan merusak citranya.

23. Apakah pernah ada complain pelanggan?

Kalau sekarang ini tidak tapi dulu saat masih merintis ada beberapa saran dari pelanggan tapi hanya tentang selera dan setiap tempat makan memiliki ciri khasnya.

24. Apa hal terpenting yang harus dimiliki sebagai rahasia sukses?

Berusaha agar pembeli yang pergi dari kiosnya selalu dalam keadaan puas dan akan kembali lagi bersama orang lain atau setidaknya sendiri karena promosi dari mulut ke mulut terbukti efektif dan gratis.

Itulah salah satu bukti kecil jika prinsip etika bisnis Islam diterapkan maka akan menghasilkan sesuatu yang besar. Maka apalagi yang harus diragukan ketika mengikuti perintah dan menjauhi larangan Allah.

