BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Etika Bisnis

1. Pengertian Etika Bisnis

Menelusuri asal usul etika tak lepas dari asal kata *ethos* dalam Bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*costum*) atau karakter (*character*).[16] Etika adalah suatu penyelidikan atau pengkajian secara sistematis tentang perilaku, pernyataan utama dalam etika adalah, tindakan dan sikap apa yang dianggap benar atau baik.[17] Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*Ethitcs is the science of good and bad*). Etika yang baik itu mencangkup :[18]

a. Kejujuran (*Honesty*) mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
b. Ketetapan (*Reliability*) janjinya selalu tepat, tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
c. Loyalitas, setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut

---

[16] Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2006), hlm 5

[17] M. Dawam Rahardjo,*Etika Ekonomi dan Manajemen*, (Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya,1990),hlm.4

[18] Panji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2011), hlm.133

pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.

d. Disiplin, tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan. Standar baik dan buruk menurut ajaran Islam berbeda dengan ukuran-ukuran lainnya. Untuk menilai apakah sesuatu perbuatan itu baik atau buruk, juga harus diperhatikan kriteria (bagaimana cara melakukan perbuatan itu).

Secara logika arti dari etika bisnis adalah penerapan etika dalam menjalankan kegiatan suatu bisnis. Tujuan bisnis yakni memperoleh keuntungan tetapi harus berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku. Bila menurut norma hukum yang tertuang secara eksplisit dalam berbagai peraturan dinyatakan tidak boleh maka para pelaku bisnis tidak boleh pula melakukannya.[19] Etika bisnis bukan merupakan suatu etika yang berbeda dari etika pada umumnya dan etika bisnis bukan merupakan suatu etika yang hanya berlaku di dunia bisnis. Sebagai contoh apabila ketidakjujuran dipandang sebagai perilaku yang tidak etis dan tidak bermoral, maka siapa pun dalam kegiatan usaha yang tidak jujur terhadap para pekerja,

[19] Suyadi Prawirosentono,*Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta : Bumi Aksara,2007),hlm.3

para pelanggan ataupun para pesaing, maka mereka dipandang melakukan tindakan yang tidak etis dan tidak bermoral.[20]

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangakt prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berprilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Sedangkan titik sentral etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggungjawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Dengan kebebasan tersebut manusia mampu memilih antara yang baik dan jahat, benar dan salah, halal dan haram.[21]

2. Teori Etika Bisnis

Pelaku usaha dapat memperoleh ilmu etika melalui teori etika, selain pengalaman dan informasi moral yang diterima dari berbagai sumber. Teori-teori etika itu antara lain:

a. Etika Deontologi

Menurut teori ini beberapa prinsip moral itu bersifat mengikat bagaimanapun akibatnya. Etika ini menekankan kewajiban manusia

[20] Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Erlangga,2014),hlm.83
[21] Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*,…….,hlm.70

untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada dirinya sendiri. Teori ini menekankan kewajiban sebagai tolak ukur bagi penilaian baik atau buruknya perbuatan manusia, dengan mengabaikan dorongan lain seperti rasa cinta atau belas kasihan.

Terdapat tiga kemungkinan seseorang memenuhi kewajibannya yaitu : karena nama baik, karena dorongan tulus dari hati nurani, serta memenuhi kewajibannya. *Deontologist* menetapkan aturan, prinsip dan hak berdasarkan pada agama, tradisi, atau adat istiadat yang berlaku yang menjadi tantangan dalam penerapan *deontological* di sini adalah menentukan yang mana tugas, kewajiban, hak, prinsip yang didahulukankan.

b. Etika Teologi

Teori ini mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang mau dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan konsekuensi yang ditimbulkan oleh tindakan itu. Suatu tindakan dinilai baik jika tujuannya mencapai sesuatu yang baik atau jika konsekuensi yang ditimbulkannya baik dan berguna. Apabila kita akan memutuskan apa yang benar, kita tidak hanya melihat konsekuensi keputusan tersebut dari sudut pandang kepentingan kita sendiri. Tantangan yang sering dihadapi dalam penggunaan teori ini adalah

kesulitan dalam mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam mengevaluasi semua kemungkinan konsekuensi dari keputusan yang diambil.

c. Etika Hak

Etika hak memberi bekal kepada pebisnis untuk mengevaluasi apakah tindakan, perbuatan dan kebijakan bisnisnya telah tergolong baik atau buruk dengan menggunakan kaidah hak seseorang. Hak seseorang sebagai manusia tidak dapat dikorbankan oleh orang lain atau statusnya. Etika hak mempunyai sifat dasar dan asasi (*human rights*), sehingga etika hak tersebut merupakan hak yang :

1) Tidak dapat dicabut atau direbut karena sudah ada sejak manusia itu ada.
2) Tidak tergantung dari perstujuan orang
3) Merupakan bagian dari eksistensi manusia di dunia.

d. Etika Keutamaan

Etika ini lebih mengutamakan pembangunan karakter moral pada diri setiap orang. Nilai moral bukan muncul dalam bentuk adanya aturan berupa larangan atau perintah, namun dalam bentuk teladan moral yang nyata dipraktekkan oleh tokoh-tokoh tertentu dalam masyarakat. Keuntungan teori ini bahwa para pengambil keputusan dapat dengan mudah mencocokkan dengan standar etika komunitas

tertentu untuk menentukan sesuatu itu benar atau salah tanpa ia harus menentukan kriteria telebih dahulu (dengan asumsi telah ada kode prilaku).[22]

3. Indikator Etika Bisnis

Dari berbagai pandangan tentang etika bisnis, beberapa indikator yang dapat dipakai untuk menyatakan apakah seseorang dan suatu perusahaan telah melaksanakan etika bisnis dalam kegiatan usahanya antara lain adalah :

a. Indikator etika bisnis menurut ekonomi

Apabila perusahaan atau pelaku bisnis telah melakukan pengelolaan sumber daya bisnis dan sumber daya alam secara efisien tanpa merugikan masyarakat lain.

b. Indikator etika bisnis menurut peraturan khusus yang berlaku

Berdasarkan indikator ini seseorang pelaku bisnis dikatakan beretika dalam bisnisnya apabila masing-masing pelaku bisnis mematuhi aturan-aturan khusus yang telah disepakati sebelumnya.

c. Indikator etika bisnis menurut hukum

Berdasarkan indikatpr hukum seseorang atau suatu perusahaan dikatakan telah melaksanakan etika bisnis apabila seseorang pelaku bisnis atau suatu perusahaan telah mematuhi segala norma hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

---

[22] Erni R. Ernawan, *Busines Ethics*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm. 12-14

d. Indikator etika berdasarkan ajaran agama

Pelaku bisnis dianggap beretika bilamana dalam pelaksanaan bisnisnya senantiasa merujuk kepada nilai-nilai ajaran agama yang dianutnya.

e. Indikator etika berdasarkan nilai budaya

Setiap pelaku bisnis baik secara individu maupun kelembagaan telah menyelenggarakan bisnisnya dengan mengakomodasi nilai-nilai budaya dan adat istiadat yang ada di sekitar operasi suatu perusahaan, daerah, dan suatu bangsa.

f. Indikator etika bisnis menurut masing-masing individu

Apabila masing-masing pelaku bisnis bertindak jujur dan tidak mengorbankan integritas pribadinya.[23]

B. Etika Bisnis Perspektif Islam

1. Definisi Etika Bisnis Islam

Menurut Djohar Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berprilaku, dan

[23] Erni R. Ernawan, *Busines Ethics*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm. 31

juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berdasarkan pada nilai-nilai moralitas.[24]

Etika memiliki peran penting dalam dunia bisnis ketika masyarakat memahami kegiatan bisnis tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Etika dalam Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong-menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki, dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam.[25]

Al-Ghazali dalam bukunya Ihya' Ulumuddin, sebagaimana dikutip oleh Ali Hasan menjelaskan pengertian etika adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran. Dengan demikian etika bisnis dalam syariat Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada

---

[24] Djohar Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang : Walisongo Press,2009), hlm.22

[25] Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta : Gema Insani Press, 1997), hlm.5

kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.[26]

Etika Islam didasarkan atas prinsip secara sederhana mempelajari etika bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. (*learning what is right or wrong, and than doing the right thing. "Right Thing" based on moral principle, and others believe the right thing to do depends on the situation*). Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada . *management ethics* atau *organization ethics*. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.

Moralitas disini, sebagaimana disinggung diatas berarti : aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan *adjective* di atas ditambah dengan halal-haram (*degrees of lawful and lawful*), sebagaimana yang disinyalir oleh Husein Sahatah, di mana beliau memaparkan sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*)

---

[26] Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar,2009), hlm.171

yang dibungkus dengan *dhawabith syariyah* (batasan Syariah) atau *general guideline* menurut Rafik Issa Beekun.[27]

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana pinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islami merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur'an, hadist, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqih. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup:

a. Prinsip Ketauhidan (*unity*)

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang Muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan *tauhid* atau *ilahiyah* ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya, Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan *ilahiyah*.[28]

b. Prinsip Keadilan (*Equilibrium*)

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggung jawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan

---

[27] Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*……..,hlm 70-71
[28] Muslich, *Etika bisnis Islam*, (Yogyakarta : Ekosiana, 2004) hlm. 30

kepentingannya.Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.

c. Prinsip Kehendak Bebas (Ikhtiar/*Freewill*)

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Manusia memiliki kecenderungan untk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak dipasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan

permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja mempermainkannya.[29]

d. Prinsip Tanggung jawab (*Responsibility*)

Dalam dunia bisnis, pertanggung jawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.

e. Prinsip Kebenaran kebijakan (*ihsan*)

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan prilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam

[29] Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*…….,hlm 94

sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah:

a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.

b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.

c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah[30]

---

[30] Arifin, *Etika Bisnis Islami*,……..., hlm. 76

4. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah pada AL-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahan :

" hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu" [31]

Ayat di atas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus ridha dan sepakat serta harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang Muslim

[31] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : Diponegoro, 2011)

dalam melaksanakan jual beli. Dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat.[32]

C. Transaksi Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *Sale and Purcase,* atau dalam bahasa Belanda disebut dengan *Koop en Verkoop* merupakan sebuah kontrak/perjanjian. Yang dimaksud dengan jual beli adalah suatu kontrak di mana 1 (satu) pihak, yakni yang disebut dengan pihak penjual, mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu benda, sedangkan pihak lainnya, yang disebut dengan pihak pembeli, mengikatkan dirinya untuk membayar harga dari benda tersebut sebesar yang telah disepakati bersama. Pada setiap jual beli sekurang-kurangnya terdapat 2 (dua) pihak, yaitu pihak penjual yang berkewajiban menyerahkan barang objek jual beli dan pihak pembeli yang berkewajiban membayar harga pembelian.[33]

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela di antara kedua belah

---

[32] Muhammad Asyraf Dawwah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*, (Semarang : Pustaka umum, 2008), hlm.58

[33] Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, (Yogyakarta : Citra Aditya Bakti,2005),hlm.25

pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan *syara'* dan disepakati. Jual beli menurut Ilmu Fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diingini dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.[34] Dari defenisi yang telah diungkapkan di atas, dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan sebuah proses pertukaran barang yang bernilai antara pembeli dengan penjual atas dasar suka sama suka dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ulama mazhab antara lain:

a. Menurut Malikiyah Jual beli adalah akad *mu'awadhah*, yakni akad yang dilakukan oleh dua pihak, di mana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan imbalan, baik berupa uang maupun barang.
b. Syafi'iyah dan hanabilah mengemukakan bahwa objek jual beli bukan hanya barang (benda), tetapi juga manfaat, dengan syarat tukar-menukar berlaku selamanya, bukan untuk sementara. Dengan demikian, *ijarah* (sewa-menyewa) tidak termasuk jual beli karena manfaat digunakan untuk sementara, yaitu selama waktu yang ditetapkan dalam perjanjian.

[34] Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Gaya Media Pratama, 2000) hlm.111

c. Hanafiah mengemukakan bahwa jual beli memiliki dua arti. Arti khusus, yaitu jual beli adalah menukar benda dengan dua mata uang (emas dan perak) dan semaamnya, atau tukar-menukar barang dengan uang atau semacamnya menurut cara yang khusus. Arti umum, yaitu jual beli adalah tukar menukar harta dengan harta menurut cara yang khusus, harta mencangkup zat (barang) atau uang.[35]

2. Dasar Hukum Jual Beli

Landasan atau dasar hukum mengenai jual beli disyariatkan berdasarkan Al-Qur'an, Hadist Nabi, dan Ijma'. Pelaksanaan transaksi jual beli telah menetapkan tata aturan yang secara detail disebutkan dalam ilmu fiqih muamalah. Adapun dasar hukum yang menjelaskan tentang diperbolehkannya jual beli dijelaskan didalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ
الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۖ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

[35] Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Amzah,2015) hlm. 173

Terjemahan :

"orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhanya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum dating larangan) : dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka mereka kekal didalamnya." [36]

Ayat diatas menjelaskan tentang dasar kehalalan hukum jual beli dengan baik dan melarang praktek jual beli yang mengandung riba. Allah SWT adalah dzat yang maha mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan. Maka, jika dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan, maka akan diperintahkan untuk dilaksanakan. Sebaliknya jika menyebabkan kemudharatan, maka Allah SWT akan melarangnya.

Hadist Nabi Berkaitan dengan jual beli, rasulullah SAW pernah ditanya oleh salah satu sahabatnya mengenai pekerjaan yang baik, maka

---

[36] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : Diponegoro, 2011) hlm.34

jawaban beliau ketika itu adalah jual beli. Peristiwa ini sebagaimana dijelaskan dalam hadis:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيُّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ الْكَسْبِ أَفْضَلُ ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُوْرٍ

Terjemahan :

"*Dari Rifa'ah bin Rafi' ra. Ia berkata, bahwasanya Rassulullah SAW Pernah ditanya Usaha apakah yang paling halal itu ya rassulullah ? Maka beliau menjawab "yaitu pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli itu baik"*

Berdasarkan hadist diatas, maka jelaslah bahwa hukum jual beli adalah jaiz (boleh). Namun tidak menutup kemungkinan status jual beli itu sendiri, semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli.[37]

Ijma' Ulama telah sepakat bahwa jual beli telah diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. namun demikian bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai . mengacu pada ayat AlQur'an dan

[37] Shobirin, *Jual Beli Dalam Pandangan Islam,(Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam,*Vol.3, No.2 Desember 2015), hlm. 245

hadist hukum jual beli adalah mubah (boleh). Namun pada situasi tertentu , hukum jual beli itu bisa berubah menjadi sunnah, wajib, haram, dan makruh.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun jual beli menurut hanafiah adalah *ijab* dan *qabul* yang menunjukan sikap saling tukar-menukar, atau saling memberi. Atau dengan redaksi yang lain, *ijab qabul* adalah perbuatan yang menunjukan kesediaan dua pihak untuk menyerahkan milik masing-masing kepada pihak lain, dengan menggunakan perkataan atau perbuatan. Menurut jumhur ulama rukun jual beli itu ada empat, yaitu :

a. Penjual
b. Pembeli
c. *Shighat*, dan
d. *Mauqud 'alaih* (objek akad)

Syarat jual beli, ada empat syarat yang harus dipenuhi dalam akad jual beli, yaitu :

a. Syarat *in'iqad* (terjadinya akad)

Syarat *in'iqad* Adalah syarat yang harus terpenuhi agar akad jual beli dipandang sah menurut syara'. Apabila syarat ini tidak dipenuhi, maka akad jual beli menjadi batal.

b. Syarat sah nya akad jual beli

Syarat sah ini terbagi kepada dua bagian, yaitu syarat umum dan syarat khusus. Syarat umum adalah syarat yang harus ada pada setiap jenis jual beli agar jual beli tersebut dianggap sah menurut syara'. Secara global akad jual beli harus terhindar dari enam macam aib.

1) Ketidakjelasan (*jahalah*)
2) Pemaksaan (*al-ikrah*)
3) Pembatasan dengan waktu (*at-tauqit*)
4) Penipuan (*gharar*)
5) Kemudharatan (*dharar*)
6) Syarat-syarat yang merusak

c. Syarat kelangsungan jual beli (*syarat nafadz*)

Artinya pada benda yang dijual tidak terdapat hak orang lain. Apabila di dalam barang yang dijadikan objek jual beli itu terdapat hak orang lain, maka akad nya *mauquf* dan tidak bisa dilangsungkan. Oleh karena itu, tidak *nafidz* (dilangsungkan) jual beli yang dilakukan oleh orang yang menggadaikan terhadap barang yang sedang digadaikan, dan juga oleh orang yang menyewakan terhadap rumah yang telah disewakan, melainkan jual belinya *mauquf* menunggu persetujuan *murtahin* (penggadai) dari *musta'jir* (penyewa).

d. Syarat mengikat (*syarat Luzum*)

Untuk mengikatnya (luzum-nya) jual beli disyaratkan akad jual beli terbebas dari salah satu jenis khiyar yang memperbolehkan kepada salah satu pihak untuk membatalkan akad jual beli, seperti *khiyar syarat, khiyar ru'yah*, dan *khiyar aib*.

D. Pasar Tradisional

1. Pengertian Pasar

Pasar menurut para ahli, merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Pendapat ahli yang lain mengatakan bahwa pasar merupakan suatu sekelompok orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar menawar, sehingga dengan demikian terbentuk harga. Salah seorang ahli pemasaran, Stanton, mengemukakan pengertian yang lain tentang pasar, yakni merupakan kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu orang yang dengan segala keinginan nya, daya belinya, serta tingkah laku dalam pembeliannya.[38]

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar adalah tempat bertemu nya pembeli dan penjual

[38] Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama,2001) hlm.35

untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.[39] Secara sederhana, definisi pasar selalu dibatasi oleh anggapan yang menyatakan antara pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung untuk mengadakan interaksi jual beli. Namun, pengertian tersebut tidaklah sepenuhnya benar karena seiring kemajuan teknologi, internet, atau malah hanya dengan surat. Pembeli dan penjual tidak perlu bertemu secara langsung, mereka dapat saja berada di tempat yang berbeda atau berjauhan. Artinya, dalam proses pembentukan pasar, hanya dibutuhkan adanya penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan serta adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Pasar adalah tempat orang-orang yang mempuyai keinginan untuk puas, uang, untuk berbelanja, dan kamauan untuk membelanjakan. Dari definisi tersebut dapat diketahui adanya tiga unsur penting yang terdapat dalam pasar, yakni:[40]

a. Orang dengan segala keinginannya.
b. Daya beli mereka.

---

[39] Peraturan Presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, Pusat perbelanjaan dan toko modern*,2007. WWW.bpkp.go.id diakses pada 07 Desember 2018 Pukul 08.00

[40] Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama,2001) hlm.35

c. Kemauan untuk membelanjakan uangnya.

Menurut peraturan menteri Perdagangan Tentang Pedoman Penataan dan pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Nomor 70 tahun 2013 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.[41]

Pasar tradisional merupakan tempat berteunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

---

[41] Peraturan Menteri Perdagangan, *Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, Nomor:70, tahun 2013.hlm 4

Dari beberapa pengertian diatas, pasar tradisional adalah tempat yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan pemukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Sedangkan untuk ciri-ciri pasar tradisional sebagai berikut :[42]

a. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah
b. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
c. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual berbeda-beda, selain itu juga terdapat pengelompokan

[42]E-journal.uajay.ac.id/835/3/2TA1204.Pdf, diakses pada tanggal 08 Desember 2018. Pukul 08.00

dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok dagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.

d. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh daro daerah tersebut namun tidak sampai meng import hingga keluar pulau atau negara.

Dari berbagai ciri-ciri diatas, Pasar Ngemplak Tulungagung memenuhi ciri-ciri pasar tradisional yang telah ditentukan oleh menteri perdangan Indonesia. Lahan dan bangunan Pasar Ngemplak dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah Kabupaten Tulungagung. Pada Pasar Ngemplak juga terdapat sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Proses tawar menawar inilah yang membuat antara pedagang dan pembeli memiliki ikatan sosial. Selain itu, proses tawar menawar antara penjual dan pembeli cukup mempengaruhi ramainya stan atau kios yang berada di pasar tersebut.

E. Pedagang

1. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.[43] Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.[44] Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu :

a. Pedagang besar/ distributor/agen tunggal

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen.

b. Pedagang menengah/agen/grosir

Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

---

[43] Mudakir Iskandar Syah, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia,* (Jakarta, Sagung Seto,2008) hlm.111

[44] C.S.T. Kensil dan Christine kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum dagang Indonesia,* (Jakarta : Sinar Grafika, 2008) hlm.15

c. Pedagang eceran/pengecer

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.[45]

2. Perilaku Pedagang

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi , harus merujuk kepada norma-norma moral yang terdapat pada masyarakat.[46] Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya.

Yusuf Qardawi, dalam bukunya norma dan etika ekonomi Islam secara tegas telah memisahkan antara nilai-nilai dan perilaku dalam perdagangan. Di antara norma-norma atau nilai-nilai syariah itu adalah sebagai berikut:[47]

a. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan. Perilaku yang muncul dari memahami nilai ini adalah

---

[45] http://organisasi.org/jenis-macam-pedagang-perantara-pengertian-distributor-agen-grosir. Diakses Pada tanggal 5 Desember 2018, jam 13.00.

[46] Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta : Rajawali Pers, 2002, hlm.41

[47] Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 1997, hlm.173

larangan mengedarkan barang- barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan, atau cara apa saja untuk memudahkan peredarannya.

b. Bersikap benar, amanah, dan jujur. Perilaku yang dimaksud benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah bagian dari pada sikap munafik. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga atau upah. Jujur, selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga. Perilaku dari nilai ini diantaranya adalah tidak melakukan bai'y gharar (jual beli yang mengandung ketidakjelasan), tidak bertransaksi dengan lembaga riba, menyempurnakan timbangan dan takaran, tidak

melakukan penimbunan barang dengan tujuan mempermainkan harga, bersegera dalam membayar hutang kalau sudah tiba waktunya, melakukan pencatatan terhadap semua transaksi usaha, dan membayar gaji karyawan tepat waktu.

d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli. Kasih sayang dijadikan Allah lambang dari risalah Muhammad SAW. Islam ingin menegakkan dibawah naungan norma pasar. Kemanusiaan yang besar menghormati yang kecil, yang kuat membantu yang lemah, yang bodoh belajar dari yang pintar, dan manusia menentang kezaliman. Oleh sebab itu, Islam mengharamkan monopoli, satu unsur yang berlaku dalam paham kapitalis disamping riba. Yang dimaksud monopoli ialah menahan barang dari perputaran di pasar sehingga harganya naik. Di antara perilaku yang berhubungan dengan nilai ini adalah tidak menggusur pedagang lain, tidak monopoli, dan tidak menjelek-jelekkan bisnis orang lain.

e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan. Salah satu moral terpuji ialah sikap toleran dan menjauhkan faktor eksploitasi. Tindakan eksploitasi banyak mewarnai dunia perdagangan, terutama perdagangan yang berada dibawah naungan kapitalis. Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak-hak orang lain demi terpeliharanya persaudaraan. Jika individu dalam sistem kapitalis

tidak mengindahkan hal-hal yang berkaitandengan etika seperti tidak mengindahkan perasaan orang lain, tidak mengenal akhlak dalam bidang ekonomi, dan hanya mengejar keuntungan, maka sebaliknya, Islam sangat memperhatikannya. Islam menganjurkan kepada pedagang agar mereka bersedekah semampunya untuk membersihkan pergaulan mereka dari tipu daya, sumpah palsu dan kebohongan.

f. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat. Bekal Pedagang Menuju Akherat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan ialah, meskipun seorang muslim telah meraih keuntungan jutaan dolar lewat perdagangan dan transaksi, ia tidak lupa kepada Tuhannya. Ia tidak lupa menegakkan syariat agama, terutama shalat yang merupakan hubungan abadi antara manusia dan Tuhannya. Perilaku yang berhubungan dengan nilai ini diantaranya adalah tidak bertransaksi pada waktu shalat jumat, tidak meninggalkan shalat/tidak melalaikan diri dari ibadah, niat yang lurus, selalu ingat kepada Allah dalam berdagang, mengukur waktu berdagang dan puas dengan keuntungan yang diperoleh, menghindari syubhat, dan membayarkan zakat.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pedagang

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang, diantaranya adalah:

a. Takaran Timbangan

Takaran adalah ukuran yang tetap dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan dan tidak boleh ditambah atau dikurangi. Menyempurnakan takaran dan timbangan merupakan ketentuan yang wajib dipatuhi oleh setiap individu.[48]

b. Kualitas barang/produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatau produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang di deskripsikan dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh seiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.[49]

c. Keramahan

Secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam

[48] Nurma Kurniawati, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen", *Jurnal* (Bangkalan:Fakultas Ekonomi Universtas Trunojoyo,2015) hlm.48.

[49] *Ibid,* hlm.49

pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain.[50]

d. Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapannya. Seorang pembeli akan percaya kepada pembeli apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang beliau ucapkan. Salah satunya dengan menepati janji. Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan. Ia tidak *over-promised under-delivered* terhadap janji-janjinya.[51]

e. Pelayanan

Pelayanan yaitu menolong dengan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Melayani pembeli secara baik adalah sebuah keharusan agar pelanggan merasa puas. Seorang penjual perlu mendengarkan perasaan pembeli. Biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan seksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya.[52]

f. Empati pada pelanggan

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan pedagang kepada pelanggan seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi

---

[50] Zaim Uchrowi, *karakter Pancasila Membangun Pribadi dan Bangsa Bermartabat*, (Jakarta : PT Balai Pustaka (Persero), 2012), hlm. 68

[51] Jenu widjadja Tandjung, *Spiritual Selling How To Get And Keep Your Customers*, (Jakarta : Elex Media Komputindo 2008),hlm.44.

[52] *Ibid*, hlm.45

dengan pelanggan, dan usaha pedagang untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

g. Persaingan sesama pedagang

Persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antar pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan kepada penjual.[53]

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan paradigma dan acuan, selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu yang menjadi landasan pada penelitian ini adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farid dan Amilatuz Zahroh yang bertujuan untuk mengkaji lebih jauh tentang penerapan etika bisnis Islam di pasar hewan Pasirian. Penelitian tersebut dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif, hal yang dikaji adalah tentang praktik jual beli pada masyarakat khususnya di pasar hewan di daerah Pasirian kabupaten Lumajang, mengingat pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung, serta faktor budaya juga menjadi daya tarik

[53] *Ibid*,hlm.46

tersendiri, karena setiap daerah memiliki cara tersendiri dalam melakukan transaksi jual beli hewan.[54] Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa dalam perdagangan sapi di pasar hewan Pasirian untuk penerapan prinsip kejujurannya masih kurang dikarenakan masih ada beberapa pedagang yang berlaku curang dan adanya pedagang yang tidak mentaati peraturan pasar, namun jumlahnya sangat minimal. Penulis menilai hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai etika bisnis Islam bagi para pedagang dan pemikiran mereka tentang bisnis hanyalah untuk mencari keuntungan materi semata. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi perdagangan. Perbedaannya pada penelitian ini adalah objeknya pada pedagang sapi di pasar hewan Pasirian, sedangkan pada penelitian ini objeknya mengkaji pada pedagang di pasar Ngemplak Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Umi Hafifah, yang bertujuan untuk mengetahui apakah transaksi penjualan yang dilakukan sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitiannya adalah penelitian kualitatif, Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pertama, dalam melayani seorang pembeli atau konsumen, pemilik toko ini selalu memperhatikan sikap yang baik kepada semua konsumen. Seperti sikap jujur, transparan dan ramah

---

[54] Muhammad Farid,Aminatuz Z,"Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian*",(Jurnal Iqtishoduna*,Vol.6.No.2 oktober 2015)

tamah. Kedua, penetapan harga pokok sudah sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam, tidak ada unsur kedzaliman terhadap konsumen, karena antara kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan. penjual memperoleh keuntungan dan pembeli atau konsumen memperoleh barang dengan harga yang wajar. Ketiga, etika yang dipakai ketika melakukan jual beli yaitu tidak berlebihan dalam mengambil keuntungan, cara berinteraksi dilakukan dengan jujur, dan mencatat transaksi yang dilakukan.[55] Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam, dan metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dimana teknik pengumpulan data yaitu : wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya adalah obyek atau tempat yang diteliti, penelitian diatas membahas tentang etika bisnis yang dilakukan di Toko Baju Mas Bro Langensari, sedangkan penelitian ini lebih kepada penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar Ngemplak Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Ema Mardiyah dan asep Susanto yang bertujuan untuk memahami etika bisnis Islam yang sesuai syariah. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Hasil yang didapat di penelitian ini adalah para pedagang di Pasar tradisional sebagian telah

---

[55] Umi Hanifah, "*Transaksi Penjualan dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (studi Kasus Pada Toko Baju Masr Bro Langensari, Banjar, Ciamis, Jawa Barat"*, (*Skripsi* IAIN Purwokerto :2015)

menerapkan Etika bisnis yang sesuai syariah Islam, dapat dijumpai dalam kontek produk, harga, promosi, distribusi, proses, dan pelayanan pada pelanggan, antara pedagang juga terdapat rasa kasih sayang seperti terlihat saling bantu membantu jika pembeli kesulitan berbelanja kerapkali pedagang memberitahukan kepada pedagang lainnya.[56] Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dimana teknik pengumpulan data yaitu : wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya adalah obyek atau tempat yang diteliti, jika penelitian sebelumnya obyeknya di Pasar Tradisional singaparna, penelitian ini di pasar Ngemplak Tulungagung.

Penelitian yang dilakukan oleh Fajri Futuh Rachman, dkk. tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi apakah para pedagang fashion busana muslim di pasar baru Trade Center telah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan praktek bisnisnya atau belum. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasilnya meskipun persaingan bisnis di pasar baru Trade Center ketat, para pedagang fashion busana muslim disana tidak melakukan pelanggaran-pelanggaran etika dan tetap menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya.[57] Persamaan

---

[56]Ema Mardiyah, Asep Suryanto, "*Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kabupaten Tasikmalaya*", (*Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya: 2010).

[57]Fajri Futuh, dkk," Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada PedagangFashion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center" (*Jurnal* Universitas Islam bandung Vol.4, No.1 2018)

penelitian diatas dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam. Dan perbedaannya terletak pada metode penelitian, penelitian diatas menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, serta objek kajian dipenelitian diatas adalah pada pedagang fashion busana muslim di Pasar baru Trade Center sedangkan penelitian ini objek kajiannya pada Pedagang di Pasar Ngemplak Tulungagung.

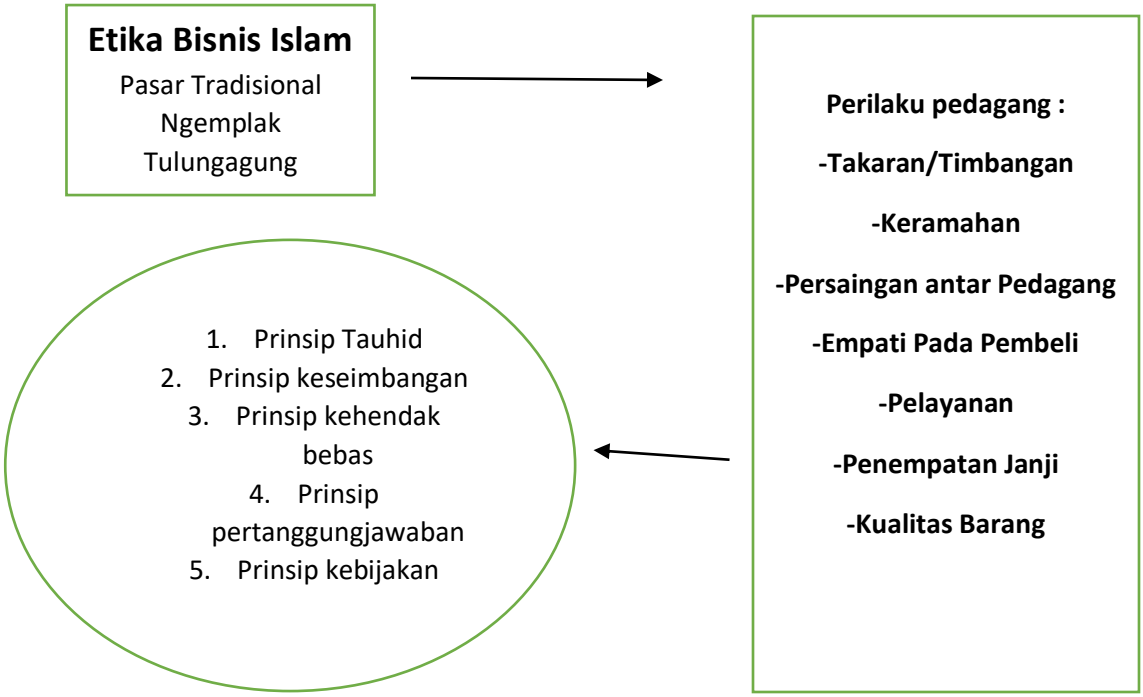
Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Mijil Sampurno yang bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya pada perusahaan. Penelitian tersebut menggunakan metode analisis kualitatif, penerapan etika bisnis Islam yang digunakan mengacu pada lima aksioma, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, ihsan, dan tanggung jawab. Adapun dampak diukur dengan berdasarkan enam parameter kemajuan bisnis, yaitu aspek pemasaran, manajemen dan SDM, hukum, sosial, dampak lingkungan dan finansial. Hasilnya menunjukan bahwa secara umum perusahaan telah melaksanakan etika bisnis Islam sesuai dengan lima aksioma etik yang diacu. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam pada perusahaan juga berdampak pada enam aspek kemajuan bisnis perusahaan.[58] Persamaannya adalah sama-sama mengkaji tentang penerapan etika bisnis Islam.

[58] Wahyu Mijil Sampurno, "Implementation of Islamic business ethics and its impact on family business" (*Journal of Islamic Economics Lariba Universitas Islam Indonesia* Vol.2, issue 1: 13-18, 2016)

Perbedaannya objek kajian dalam penelitian diatas adalah industri rumah tangga penghasil bandeng di kabupaten Pemalang, Jawa tengah, sedangkan penelitian ini objek kajian nya pada pedagang di pasar Ngemplak Tulungagung.

G. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



Keterangan :

Dari kerangka konseptual diatas, maka dapat dijelaskan bahwa etika bisnis Islam sangat berpengaruh pada perilaku pedagang di pasar Ngemplak Tulungagung, penelitian ini mengetahui seberapa paham para pedagang tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti prinsip keadilan,

keseimbangan, kehendakbebas, tanggungjawab dan prinsip kebijakan. pentingnya perilaku pedagang dalam transaksi perdagangan di pasar Ngemplak menerapkan etika bisnis yang Islami seperti contohnya : dalam melakukan takaran/timbangan apakah sudah pas dan tanpa dikurang-kurangkan, keramahan pedagang terhadap pembeli, persaingan antar pedagang, empati pada pembeli, pelayanan yang baik untuk pembeli baik yang membeli atau hanya sekedar bertanya, penempatan janji, dan kualitas barang yang baik sesuai dengan harga yang ditawarkan.