

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Etika Bisnis Islam

1. Etika Bisnis

Etika menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).¹¹ Sering kali, istilah “etika” dan “moral” dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama dan mempunyai arti yang sama.¹² Istilah etika secara teoritis dapat dibedakan dalam dua hal pengertian. *Pertama*, etika berasal dari Yunani *ethos* yang berarti kebiasaan (*costum*) atau karakter (*character*). Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seorang maupun pada masyarakat atau kelompok masyarakat yang harus dijunjung tinggi dan diwariskan dari satu orang ke orang lain. *Kedua*, secara terminologis etika adalah *the systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc. And of the general principles which justify us in alying them to anything; also caled moral philosoply* (etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja).¹³ Disini etika dapat

¹¹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, (Jakarta: Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011), hal. 40.

¹² Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 171.

¹³ Achmad Charris Zubair, *Kuliah Etika*, (Jakarta: Rajawali Press, 1995), hal. 13.

dimaknai sebagai dasar dari moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

Menurut Frans Magnis Suseno yang di maksud dengan moral adalah ajaran-ajaran, wejangan-wejangan, patokan-patokan, lisan atau tertulis tentang bagaimana manusia harus hidup dan bertindak agar menjadi manusia yang baik. Sebagaimana diungkapkan oleh Imam al-Ghazali bahwa moral adalah perilaku jiwa yang dapat dengan mudah melahirkan perbuatan-perbuatan tanpa memerlukan pemikiran dan pertimbangan. Apabila perilaku tersebut mengeluarkan perbuatan-perbuatan baik dan terpuji, baik menurut akal maupun menurut syariat, perilaku tersebut dinamakan moral yang baik. Begitupun sebaliknya, apabila perbuatan itu mengeluarkan perbuatan yang jelek, maka perilaku tersebut dinamakan moral yang jelek. Jadi pada hakikatnya moral ialah suatu kondisi atau sifat yang telah meresap dalam jiwa dan menjadi kepribadian. Berdasarkan dari sisi ini timbulah berbagai macam perbuatan dengan cara spontan tanpa dibuat-buat dan tanpa memerlukan pikiran. Dengan demikian baik etika maupun moral bisa diartikan sebagai kebiasaan atau pola pikir manusia yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri yaitu berupa tindakan atau sikap yang dianggap benar atau tidak.¹⁴

¹⁴ Idri, *Hadist Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2015), hal. 323.

Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Bisnis adalah komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha, usaha dagang.¹⁵ Istilah bisnis dalam Al-qur'an biasanya yang digunakan adalah *al-tijarah*, *al-ba'i tadayantum*, dan *isyara*. Tetapi seringkali kata yang digunakan yaitu *al-tijarah* yang memiliki makna berdagang atau berniaga. Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam *Mufradat fi gharib al-Qur'an*, *at-tijarah* yang memiliki makna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan.¹⁶ Dimana keuntungan yang dicari bukan semata-mata keuntungan material saja, tetapi keuntungan yang bersifat material sekaligus immaterial, bahkan lebih meliputi dan mengetumakan hal yang bersifat immaterial dan kualitas yaitu meraih bisnis yang sukses dan berkah dunia akhirat.¹⁷

Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis umum, hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar Al-Qur'an, As-Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (*Ijtihad*) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut. Bisnis Islam diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya (yang tidak

¹⁵ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia...*, hal. 25.

¹⁶ Muhammad, Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an: Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hal. 30.

¹⁷ Muhammad Iqbal Fasa, dkk. *Eksistensi Bisnis Islami di Era Revolusi Industri 4.0*, (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020), hal. 121

dibatasi), namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama: target hasil; profit-materi dan benefit-nonmateri, pertumbuhan, keberlangsungan, keberkahan.¹⁸ Artinya, kegiatan bisnis Islam ini tidak hanya dilakukan antara manusia dengan manusia saja, tetapi ada hal yang perlu diketahui oleh umat muslim yaitu hubungan antara manusia dengan Allah SWT, bahwa kegiatan bisnis Islami harus dilakukan dengan ketelitian dan kecermatan baik dalam proses administrasi, perjanjian-perjanjian dan sebagainya tidak boleh dilakukan dengan kecurangan, kebohongan dan penipuan, hanya demi memperoleh keuntungan duniawi semata.¹⁹

2. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salahnya dalam suatu kegiatan bisnis yang berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis juga dapat diartikan sebagai seperangkat prinsip norma dimana para pelaku bisnis harus *commitment* dalam bertransaksi, berperilaku dan membangun *Network* agar tujuan dari bisnis tersebut bisa tercapai dengan baik. Selain itu juga bisnis dapat diartikan sebagai pemikiran moralitas dalam kegiatan berbisnis yaitu tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas, dari perilaku seseorang berbisnis.

¹⁸ Ida Martinelli, *Menelisik Dimensi Etika Dalam Kegiatan Ekonomi Menurut Perspektif Islam*, Jurnal Edu Tech Vol. 4 No. 1 Maret 2018. hal. 42.

¹⁹ Muhammad Iqbal Fasa, dkk. *Eksistensi Bisnis Islami...*, hal. 121.

Sementara etika bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah berkenaan dengan produk, kegiatan perusahaan dan para *stake holder* yang terlibat dalam kegiatan bisnis dengan menggunakan indikator sumber hukum Islam yaitu Al-qur'an dan hadits. Dalam buku etika bisnis karangan Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.²⁰

3. Indikator Etika bisnis

a. Didasarkan Kejujuran

Kejujuran berarti terbuka, tanpa kedok, atau tidak berusaha menyembunyikan sesuatu. Pebisnis yang jujur adalah sosok yang setiap kata yang keluar dari mulutnya selalu bisa dipegang atau bisa dipercaya.²¹ Dalam Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dengan sikap jujur itu kepercayaan pembeli kepada penjual akan tercipta dengan sendirinya. Anisa Mardatih menyatakan bahwa Rasulullah bersabda: *“tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya”* (HR. Al-Quzwani). Kejujuran adalah sesuatu yang disukai Allah SWT dan

²⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hal. 29.

²¹ L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), hal. 167.

merupakan sifat Rasulullah SAW. Mengutamakan kejujuran dan menepati janji merupakan perilaku bisnis yang sesuai syariah karena akan menjauhkan dari kebatilan. Bagi pelaku bisnis yang mendasarkan bisnisnya dalam rasa keagamaan yang mendalam akan mengetahui bahwa perilaku jujur akan memberikan kepuasan tersendiri dalam kehidupannya baik dalam dunia nyata maupun dikehidupan nanti di akhirat.²²

b. Dilandaskan Keadilan

Keadilan ialah memberikan kepada setiap orang apa yang menjadi miliknya. Secara hakiki norma keadilan menuntut agar dalam mencapai tujuan-tujuan tertentu, termasuk dalam dunia bisnis, seseorang tidak boleh mengorbankan hak-hak dan kepentingan orang lain.²³ Dalam aktivitas bisnis, berlaku adil terhadap konsumen merupakan sebuah keharusan. Terutama dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran dan timbangan.²⁴

c. Kesetaraan Hak dan Kewajiban

Hak merupakan klaim yang dibuat oleh seseorang atau sekelompok orang kepada orang lain, termasuk masyarakat. Artinya, orang yang memiliki hak tertentu dapat menuntut agar orang lain wajib menghormati atau menaatinya. Dalam dunia bisnis, hak dan kewajiban bersifat normatif atau konsekuensinya harus ditaati oleh

²² H. Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam: Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2012), hal. 75.

²³ L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis...*, hal. 171.

²⁴ H. Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam...*, hal. 77.

semua pihak. Pada tataran ini, dapat dikatakan bahwa setiap hak seseorang berkaitan secara langsung dengan kewajiban orang lain. Sebaliknya, kewajiban seseorang selalu berkaitan dengan hak orang lain. Dengan demikian, hak dan kewajiban tidak dapat dipisahkan. Apa yang menjadi hak pebisnis (menuntut prestasi dari karyawan) merupakan kewajiban karyawan. Sebaliknya, hak dari karyawan (mendapat upah atau gaji) merupakan kewajiban pengusaha (membayar gaji dan upah sesuai ketentuan yang disepakati).²⁵ Dalam konteks penjual dan pembeli hak dan kewajiban ini bisa terilustrasikan melalui penjual memberikan kelengkapan informasi barang dagangannya pada pembeli atau konsumen seperti dengan memberikan kekurangan-kekurangan pada barang yang dijual, sehingga konsumen bisa menerima barang yang baik dan dengan harga barang yang semestinya.

d. Dilaksanakan Secara Bertanggungjawab

Secara moral, tanggungjawab merupakan suatu keberanian yang muncul dari kesadaran manusia untuk menerima dan melaksanakan setiap resiko yang ditimbulkan oleh sikap atau tindakan-tindakannya. Hal ini dengan sendirinya akan terjadi karena sebelum melakukan sesuatu, seseorang dituntut untuk mempertimbangkan secara rasional. Sehubungan dengan penerapan tanggungjawab dalam dunia bisnis, kita tidak boleh mengabaikan

²⁵ L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis...*, hal. 186.

prinsip kebebasan yang dimiliki oleh semua orang yang terjaring di dalamnya. Maksudnya, tanggungjawab dalam dunia bisnis tidak hanya urusan bisnis, tetapi juga urusan karyawan, buruh, pemasok, dan pelanggan, bahkan masyarakat luas. Semua elemen yang terjaring dalam sebuah bisnis secara moral dituntut untuk bertanggungjawab atas tindakan yang dipilih dan mempertanggungjawabkan akibat-akibat yang akan ditimbulkan oleh tindakan tersebut.

4. Konsep Etika Bisnis Islam

Sebagai sebuah ajaran hidup yang lengkap, Islam memberikan petunjuk atas semua aktivitas manusia termasuk ekonomi. Tujuan ekonomi Islam tidak terlepas dari tujuan diturunkannya syariat Islam adalah untuk mencapai *falah* (kesejahteraan/keselamatan) baik didunia maupun diakhirat. Dalam kaitanya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus di bangun dalam pribadi muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan Tuhannya (*hablum minallah wa habluminannas*).

Etika bisnis memegang peranan penting dalam membentuk pola sistem transaksi bisnis yang pada akhirnya menentukan nasib bisnis yang dijalankan seseorang. Keberadaan etika bisnis Islam sebagai wujud antisipasi terhadap banyaknya penyimpangan dan kecurangan dalam dunia bisnis misalnya penipuan, penggelapan, dan pemerasan yang kemudian menjadi latar belakang munculnya etika bisnis. Selanjutnya konsep etika

bisnis Islam didasarkan pada al-Qur'an dan hadist, pemikiran para ulama dalam bentuk ijma ataupun qiyas dan pengalaman bisnis dikalangan umat Islam diantaranya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konsep Ketuhanan

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan.²⁶ Konsep tauhid merupakan *dimensi vertikal* Islam yang berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainya.²⁷ Dalam dunia Islam konsep ketuhanan terlalu melekat dalam setiap aktifitas bisnis, manusia diwajibkan melaksanakan kewajibannya terhadap Allah SWT, baik dalam bidang ibadah atau muamalah, sedangkan dalam dunia bisnis, ajaran Allah telah meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berkenaan dengan transaksi yang berhubungan dengan segala urusan yang berkaitan dengan harta benda halal ataukah haram. Etika bisnis Islam di dasarkan pada nilai-nilai moralitas yang menyeru manusia kepada kebenaran dan kebaikan, kesabaran dan akhlak serta mencegah untuk melakukan kepalsuan, penipuan, kecurangan, kejahatan, dan kemungkar. Kemudian Islam juga menyerukan agar membantu

²⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, ..., hal. 22.

²⁷ Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Goup, 2012), hal. 89.

orang miskin dan melarang untuk berbuat zalim, melanggar hak orang lain dan menumpuk harta secara tidak halal. Sebagaimana perintah untuk melaksanakan shalat, puasa, haji, Islam juga menetapkan zakat sebagai kewajiban dalam rangka membantu orang miskin.

b. Konsep Kepemilikan Harta

Pandangan Islam terhadap harta ialah bahwa pemilik mutlak atas segala sesuatu yang ada dimuka bumi ini, termasuk harta benda adalah milik Allah SWT. Kepemilikan yang ada pada manusia hanyalah kepemilikan yang bersifat relatif sebatas untuk melaksanakan amanah mengelola dan memanfaatkan sesuai dengan ketentuannya, karena manusia sebagai pemegang amanah dan tidak mampu mengubah dari suatu bentuk energi ke bentuk energi lainnya sedangkan pencipta energi adalah Allah SWT²⁸ Konsep kepemilikan harta tersebut tidak ditemukan dalam konsep ekonomi konvensional karena dalam sistem kapitalis dan sosialis memandang harta sebagai milik manusia sebagai individu ataupun kolektif, bukan milik tuhan yang di titipkan kepada manusia agar dikelola dan dikembangkan.

Menurut Islam, harta merupakan perhiasan hidup dan manusia bisa menikmatinya dengan baik dan tidak berlebih-lebihan, islam mengakui bahwasanya manusia memiliki kecenderungan untuk

²⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Perss, 2001), hal. 9.

memiliki, menguasai dan menikmati harta.²⁹ Selanjutnya Islam tidak memandang harta dan kekayaan sebagai penghalang untuk mencari derajat yang tertinggi kepada Allah SWT. Dalam sistem ekonomi Islam tidak ada batasan untuk memiliki harta serta dalam mencari keuntungan dan kekayaan, asalkan dalam cara mendapatkannya dan pengelolanya tidak merugikan pihak lain serta tidak dengan cara batil.

c. Konsep Benar Baik

Menurut islam kebenaran adalah ruh keimanan, yang kemudian melekat dan menjadi ciri utama orang mukmin dan para nabi. Tanpa kebenaran agama tidak akan tegak dan stabil, sebaliknya kebohongan atau kedustaan adalah bagian dari sikap orang munafik. Bencana terbesar didalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang da menetapkan harga, oleh karenanya salah satu karakter pedagang yang terpenting dan diridhai Allah ialah kebenaran.³⁰ Dan sebagai sorang muslim haruslah menjunjung tinggi nilai kebenaran dan senantiasa menyelaraskan antara perilaku diri dengan perlaku yang telah di contohkan Rasulullah SAW.

Adapun konsep etika konvensional terkait dengan benar dan salah, baik dan buruk, yaitu terdapat dalam diri manusia itu sendiri,

²⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. hal. 55.

³⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, hal. 175.

dan ukuranya terdapat dalam alat kekuasaan jiwa manusia yaitu akal, rasa, dan kehendak, serta kodrat manusia. Secara objektif, ukuran baik dan buruk atau benar dan salah menitik beratkan pada sifat kodrat manusia sebagai makhluk berakal. Hidup dan berbuat yang sesuai dengan akal adalah ukuran kebaikan yaitu memberi akal diatas nafsu, keinginan, kebutuhan, rasa dan kehendak, dan segala sesuatu haruslah dibawah kepemimpinan akal. Kemudian dalam dunia bisnis kebenaran dan kebaikan sangatlah diperlukan, sebab tanpa keduanya bisnis akan terancam kesuksesan dan kesinambungannya.³¹

d. Konsep Tanggung Jawab

Islam sangat menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia, Allah mengaruniai manusia tanggung jawab yang tidak dimiliki oleh makhluk lainnya, manusia menjadi khalifah di muka bumi, membangun, memakmurkan dan menikmati kenikmatan di bumi, memanfaatkan bumi dengan segala kecanggihan teknologi yang dimiliki itu semua mempunyai beban tanggung jawab yang senantiasa dipikul oleh manusia yang kemudian hari harus dipertanggung jawabkan dihadapan Allah SWT.

Selanjutnya dalam dunia bisnis, tanggung jawab terlihat dalam peran lembaga bisnis dalam meningkatkan kehidupan para

³¹ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Islam Hadis Nabi*, hal. 352.

pelanggan, karyawan dan pemegang saham, dengan membagikan kekayaan yang dihasilkannya, para pemasok dan pesaing pun berharap bahwa lembaga-lembaga bisnis menghormati kewajiban-kewajiban mereka dengan semangat kejujuran dan keadilan, sebagai warga yang bertanggung jawab terhadap komunitas lokal, nasional, regional dan global dimana mereka beroperasi. Lembaga-lembaga bisnis ikut dalam menentukan masa depan komunitas-komunitas itu. Nilai lembaga bisnis bagi masyarakat ialah kekayaan dan lapangan pekerjaan yang diciptakan serta produk dan jasa yang dipasarkan kepada konsumen dengan harga yang wajar yang sebanding dengan mutunya. Untuk mampu menciptakan nilai itu, sebagai lembaga bisnis harus mampu mempertahankan kesehatan dan kelangsungannya.³²

Menurut Islam, segala aktifitas bisnis hendaklah dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Tanggung jawab muncul karena manusia adalah makhluk mukallaf, yaitu makhluk yang diberi beban hukum berbeda dengan makhluk lain, seperti binatang dan tumbuhan karena taqlif itulah manusia harus mempertanggung jawabkan segala aktifitasnya karena itu pula manusia oleh Rasulullah disebut sebagai pemimpin, karena setiap manusia yang dewasa atau aqil baligh serta mumayyiz (dapat membedakan yang

³² *Ibid.*, hal. 353.

baik dengan yang buruk) adalah pemimpin yang mempertanggung jawabkan kepemimpinannya.

e. Konsep Kejujuran

Konsep kejujuran secara moral adalah dasar setiap usaha untuk menjadi orang kuat, kejujuran merupakan kualitas dasar kepribadian moral. Tanpa kejujuran, seorang tidak dapat maju selangkah pun karena ia belum berani menjadi diri sendiri. Orang yang tidak lurus tidak mengambil dirinya sendiri sebagai titik tolak, melainkan apa diperkirakan diharapkan oleh orang lain, tanpa kejujuran moral lainnya kehilangan nilainya. Bersikap baik terhadap orang lain tetapi tanpa kejujuran adalah kemunafikan. Islam mengajarkan kepada manusia kejujuran merupakan syarat yang paling mendasar didalam melakukan kegiatan. Rasulullah menganjurkan kepada ummatnya untuk melakukan kejujuran disegala bentuk aktifitas, menurut nabi kejujuran akan membawa kepada kebajikan dan demikian pula sebaliknya kebohongan akan membawa pelakunya kepada keburukan dan bencana.

Selanjutnya sebagai seorang pebisnis harus berlaku jujur yang dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana yang diinginkan dengan cara menjelaskan kelemahan, kekurangan serta kelebihan barang yang ia ketahui kepada orang atau mitranya, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat oleh orang lain, pada zaman sekarang masyarakat umum sering tertipu oleh perlakuan para pebisnis yang tidak jujur atau

suka menipu yaitu dengan menonjolkan keunggulan barang tetapi menyembunyikan kecacatan suatu barang, Allah berfirman dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ^(١) إِذَا كَتَالُوعَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ^(٢) وَإِذَا كَالُوهُمْ
أَوْزَنُوا خُسْرًا ^(٣)

Terjemahannya:

*“Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (1). (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan (2). Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi (3)”.*³³

f. Konsep Keadilan

Keadilan merupakan kesadaran dan pelaksanaan untuk memberikan kepada pihak lain sesuatu yang sudah semestinya harus diterima oleh pihak lain, sehingga masing-masing pihak mendapat kesempatan yang sama untuk melaksanakan hak dan kewajibannya tanpa mengalami rintangan atau paksaan, memberi dan menerima yang selaras dengan hak dan kewajiban. Karena adil hakikatnya adalah bahwa kita memberikan kepada siapa saja apa yang menjadi haknya, dan karena pada hakikatnya semua orang sama-sama nilainya sebagai manusia jadi perlakuan sama terhadap semua orang, tentu dalam situasi yang sama misalnya seorang menjual barang dagangannya dengan kualitas, jumlah dan ukuran seta waktu yang

³³ *Ibid.*, hal. 554.

sama pada orang lain dengan harga yang murah, maka hal tersebut juga harus dilakukan kepada orang lainnya.

Islam menganggap umat manusia sebagai suatu umat yang mempunyai derajat yang sama dihadapan Allah, hukum Allah tidak membedakan yang hitam dan yang putih, secara sosial, nilai yang membedakan antara yang satu dengan yang lain adalah ketaqwaan, ketulusan hati, kemampuan dan pelayanannya pada kemanusiaan³⁴ ironis sekali jika manusia tidak dapat bersikap adil pada sesamanya yang memiliki kesamaan sebagai makhluk Allah, adil merupakan norma yang paling utama dalam seluruh aspek dunia bisnis.

M. Umer Chapra, dalam bukunya *Islam and The economic Challenge*, mengklasifikasi empat keadilan dalam bidang bisnis yang harus terpenuhi yaitu diantaranya:

- a. Need fulfilment (pemenuhan kebutuhan)
- b. Respectable source of earning (sumber penghasilan yang terhormat)
- c. Equitable distribution of income and wealt (distribusi penghasilan dan harta yang berkeadilan)
- d. Growth and stabiliti (perkembangan dan stabilitas)

5. Prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip dasar bisnis dalam Islam adalah *permissibility of things*, dimana sebenarnya segala sesuatu diperbolehkan kecuali hal-hal yang

³⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, hal. 358.

kemudian dilarang oleh ajaran Islam.³⁵ Dalam Islam etika berbisnis bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasul, dimana terdapat kesesuaian kegiatan bisnis dengan syariah Islam sebagai ibadah kepada Allah untuk mendapat ridha-Nya. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bisa bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Berawal dari urusan-urusan muamalah yang selalu berkaitan erat dengan perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari yang terkadang manusia berperilaku semaunya, lupa diri dan tidak beretika dalam melakukan bisnis, sehingga terjadilah kezaliman ditengah masyarakat yang tidak terkendali.

Dalam menjalankan bisnis, seorang individu muslim dituntut berperilaku yang sama. Semua sifat negatif dalam berbisnis seperti mengurangi timbangan, takaran, ukuran, memalsukan barang, berbohong, sistem riba dan lain-lain wajib dijahui. Perilaku muslim dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tidak boleh menyimpang dari segala ketentuan Allah SWT.

Menurut A. Kadir setiap usaha bisnis yang dilakukan seorang muslim bisa menjadi ibadah yang berpahala, apabila dimaksudkan untuk mendapatkan keridhaan Allah semata. Dalam kaidah fikih menyebutkan; *Al-umuru bi mawashidiha* (semua urusan “perkara” itu tergantung kepada tujuannya).³⁶

³⁵ H. Fakhry Zamzam, Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam...*, hal. 14.

³⁶ *Ibid.*, hal. 9.

Petunjuk mengenai etika dalam berbisnis sudah dicontohkan dalam kepribadian Nabi Muhammad SAW, yang dimana menjadi kunci sukses beliau dalam menjalankan bisnisnya dan sangat dikenal dikalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis. Diantaranya yaitu:³⁷

a. Shiddiq (Jujur/Benar)

Shiddiq memiliki arti benar atau jujur. Seseorang pelaku bisnis harus berkata benar, berbuat benar dan jujur kepada diri sendiri, orang lain juga sang pencipta. Dalam bentuk bermuamalah, tentu hal ini menjadi suatu hal yang penting, terlebih dalam berbisnis atau berniaga. Cakupan jujur ini sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, dan lain sebagainya.³⁸

Kejujuran Nabi Muhammad dalam bertransaksi dilakukan dengan cara menyampaikan kondisi riil barang dagangannya. Beliau tidak menyembunyikan kecacatan barang atau mengunggulkan barang dagangannya, kecuali sesuai dengan kondisi barang yang dijualnya. Praktek ini dilakukan dengan wajar dan menggunakan bahasa yang santun. Beliau tidak melakukan sumpah untuk

³⁷ A. Darussalam, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Hadis*, (Makassar: Alauddin University Press, 2011), hal. 192.

³⁸ Muhammad Iqbal Fasa, dkk. *Eksistensi Bisnis Islami...*, hal. 123.

meyakinkan apa yang dikatakannya, termasuk menggunakan nama Tuhan.

Dalam konteks sekarang, sekilas kedengarannya aneh bahwa kejujuran merupakan sebuah prinsip dasar etika bisnis karena mitos keliru bahwa bisnis adalah kegiatan tipu menipu untuk meraup untung besar. Memang etika ini agak problematic karena masih banyak pelaku bisnis sekarang yang mendasarkan kegiatan bisnisnya dengan cara curang, karena situasi eksternal atau kerena internal (suka menipu). Sering pedagang meyakinkan kata-katanya disertai dengan ucapan sumpah (termasuk sumpah atas nama Tuhan). Padahal kegiatan bisnis yang tidak menggunakan kejujuran sebagai etika bisnisnya, maka bisnisnya tidak akan bertahan lama. Para pelaku bisnis modern sadar bahwa kejujuran dalam berbisnis adalah kunci keberhasilan, termasuk untuk mampu bertahan dalam jangka panjang dalam suasana bisnis yang serba ketat dalam bersaing.

b. Amanah (Terpercaya)

Sikap amanah ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah kepercayaan, bertanggungjawab, transparan dan tepat waktu sikap ini juga sangat dianjurkan dalam aktivitas bisnis, kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut amanah (terpercaya). Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil

sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain. Baik itu hak-hak milik Allah ataupun hak seorang hamba, bisa berupa benda, pekerjaan, perkataan ataupun kepercayaan hati. Dalam hal berbisnis, tentu menjaga kepercayaan konsumen menjadi hal yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan bisnis yang sedang dijalani.

Menepati amanah merupakan sikap moral yang mulia, Allah menggambarkan orang mukmin yang beruntung dengan perkataannya, dan orang-orang yang memelihara amanah-amanah yang dipikulnya sebagaimana firman Allah dalam QS. Ghafir ayat 8:

رَبَّنَا وَأَدْخِلْهُمْ جَنَّاتِ عَدْنِ الَّتِي وَعَدْتَهُمْ وَمَنْ صَلَحَ مِنْ آبَائِهِمْ وَأَزْوَاجِهِمْ وَذُرِّيَّاتِهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ^(٨)

Terjemahannya:

*“Ya Tuhan kami, masukanlah mereka kedalam syurga ‘Adn yang telah Engkau janjikan kepada mereka dan orang-orang salah diantara bapak-bapak mereka, dan istri-istri mereka, dan keturunan mereka semua. Sesungguhnya Engkaulah yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana”.*³⁹

c. Fatanah (Cerdas)

Fatanah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu dan dapat mejelaskannya, fatanah dapat juga diartikan dengan kecerdikan dan kebijaksanaan.⁴⁰ Sifat fatanah dapat juga diartikan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang

³⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Madina: Dilengkapi dengan Terjemah dan Materi Tentang Akhlak Mulia*, (Bandung: PT Madina Raihan Makmur), hal. 467.

⁴⁰ A. Darussalam, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Hadis....*, hal. 131.

muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan, akan mementingkan persoalan akhirat dibandingkan dengan persoalan dunia.

Kecerdasan yang dimaksud disini bukan hanya kecerdasan intelektual saja akan tetapi harus diimbangi dengan kecerdasan emosional dan kecerdasan spritual, seperti yang dikatakan Ary Ginanjar yaitu; kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langka dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya dan memiliki pola pemikiran tauhid serta berprinsip hanya kepada Allah.⁴¹

d. Tabligh (Komunikatif-promotif)

Ajaran Rasulullah SAW berikutnya adalah berkaitan dengan sifat tabligh yang memilki arti menyampaikan. Serang pelaku bisnis Islam harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan dari produk bisnisnya dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran. Selain itu, diperlukan ide-ide innovative yang *up to date* dan mampu menyampaikannya secara tepat dan mudah dipahami oleh siapapun yang mendengarkannya. Dengan begitu, pelanggan dan calon pelanggan dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang disampaikan.⁴²

⁴¹ Ary Ginanjar, *ESQ: Emotionjal Spritual Questien*, (Jakarta: Arga, 2001), hal. 45.

⁴² Muhammad Iqbal Fasa, dkk. *Eksistensi Bisnis Islami...*, hal. 124.

Rasulullah SAW, dikaruniai sifat tabligh untuk menyampaikan apa yang diterima dari Allah SWT, kepada umatnya dengan tidak mengurangi sedikitpun perintah yang diterimanya. Sifat tabligh nilai dasarnya ialah komunikatif dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, koordinasi dan supervisi. Jika dititipi amanah oleh orang lain harus disampaikan kepada yang berhak menerimanya jangan malah diselewengkan atau disalah gunakan karena sudah menjadi kewajiban sebagai umat Nabi Muhammad SAW, untuk mencontoh, menyampaikan dan menerapkan sikap tabligh dalam segala aspek terutama dalam dunia bisnis. Prinsip tabligh ini juga mengindikasikan bagaimana orang lain yang diajak berbicara bisa terpengaruh, terbuai atau terbius serta yakin dengan untaian kata-kata atau pesan yang disampaikan. Tentu dalam hal ini begitu pentingnya prinsip tabligh dalam rangka menarik konsumen.

6. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang di emban oleh etika bisnis Islam. *Pertama*, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelarsakan dan mensekasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. *Kedua*, 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. *Ketiga*, etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga berperan memberikan suatu 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.⁴³

B. Pedagang

1. Pengertian pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.⁴⁴ Pedagang adalah mereka yang melakukan aktivitas perniagaan sebagai pekerjaan sehari-hari. Aktivitas perniagaan pada umumnya adalah aktivitas pembelian barang untuk dijual kembali.⁴⁵ Dalam ekonomi pedagang dibedakan menjadi tiga, yaitu:

a. Pedagang besar (distributor)

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

b. Pedagang menengah (agen)

⁴³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hal. 76.

⁴⁴ Mudakir Iskandar Syah, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Sagung Seto, 2008), hal. 111.

⁴⁵ C.S.T. Kansil dan Christine Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 15.

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

c. Pedagang eceran atau pengecer

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

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 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 dilatar belakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaan.

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

⁴⁶ Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2002), hal. 41.

⁴⁷ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hal. 173.

- a. Menegakan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan. Perilaku yang muncul dari memahami nilai ini adalah larangan mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan atau dengan cara apa saja untuk memudahkan peredaranya.
- 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 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. Menegakan keadilan dan mengharamkan bunga . Perilaku dari nilai ini diantaranya adalah tidak melakukan bai' gharar (jual beli yang mengandung ketidakjelasan), tidak bertransaksi dengan lembaga riba, menyempurnakan timbangan dan takaran, tidak melakukan

penimbunan barang dengan tujuan memperlmainkan 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 risalah Muhammad SAW, selama 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 kedzaliman. Oleh sebab itu, Islam mengharamkan monopoli, satu unsur yang berlaku dalam paham kapitalis disamping riba. Yang dimaksud monopoli ialah menahan barang dari perputaran dipasar sehingga mengakibatkan kenaikan harga suatu barang. Diantara perilaku yang berhubungan dengan nilai ini adalah tidak menggusur pedagang lain, tidak monopoli dan tidak menjelek-jelekan bisnis orang lain.
- e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan. Salah satu moral terpuji ialah sikap toleran dan menjaukan 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 berkaitan dengan 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 para pedagang agar mereka bersedekah semampunya untuk membersihkan mereka dari tipu daya, sumpah palsu dan kebohongan.

- f. Berpegang pada prinsip bahwa berdagang adalah bekal menuju akhirat. Bekal pedagang menuju akhirat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan, meskipun seorang muslim telah meraih keuntungan jutaan dollar 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 berhubungan dengan nilai ini diantaranya adalah tidak bertransaksi pada waktu shalat jum'at, tidak meninggalkan shalat atau tidak melarikan diri dari ibadah, niat yang lurus, selalu ingat kepada Allah dalam berdagang, mengukur waktu berdagang dan puas dengan keuntungan yang diperoleh, menghindari syubhat serta membayar 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 atau produk

Kualitas barang atau produk yaitu tingkat baik dan buruknya suatu produk. Kualitas produk merupakan sejumlah atribut atau sifat yang penting yang di deskripsikan dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.⁴⁹

c. Keramahan

Secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah juga dimkanai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapanya maupun perilakunya dihadapan orang lain.⁵⁰

d. Penepatan janji

Seseorang akan dipercaya karena kebenaran ucapanya. Seorang pembeli akan percaya kepada penjual apabila pedagang mampu merealisasikan apa yang beliau ucapkan. Salah satunya

⁴⁸ Nurma Kurniawati, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen", Jurnal, (Bangkalan: Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo, 2015), hal. 48.

⁴⁹ *Ibid.*, hal. 49.

⁵⁰ Zaim Uchrowi, *Karakter Pancasila Membangun Pribadi dan Bangsa Bermartabat*, (Jakarta: PT. Balai Pustaka (Persero), 2012), hal. 68.

dengan menepati janji. Penjual yang memiliki integritas yang tinggi berarti ia mampu memenuhi janji-janji yang diucapkannya kepada pelanggan. Ia tidak *over-promisd 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 sesekali mengintrupsi pembicaraanya.⁵²

f. Empati pada pelanggan

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan pedagang kepada pelanggan seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan usaha pedagang untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelangganya.

g. Persaing sesama pedagang

Pesaing bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antar pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau

⁵¹ Jenu Widjadja Tandjung, *Spiritual Seling How To Get and Keep Your Customer*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), hal. 44.

⁵² *Ibid.*, hal. 45.

jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau memberi suatu barang dagangan kepada penjual.⁵³

C. Pasar Tradisional

1. Pengertian Pasar Tradisional

Pengertian pasar secara sederhana dapat diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli atau penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.⁵⁴

Pasar menurut para ahli, merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu 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 membelanjakan. Jadi ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, yaitu orang yang dengan segala keinginannya, daya belinya, serta tingkah laku dalam pembelianya.⁵⁵

Pasar tradisional adalah tempat pertemuan langsung antara penawaran pedagang dan permintaan konsumen.⁵⁶ Dalam jurnal PMI

⁵³ *Ibid.*, hal. 46.

⁵⁴ Kasmir Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2003), hal. 44.

⁵⁵ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 35.

⁵⁶ Wawan Purwanto, "Analisis Persaingan Antar Pasar Tradisional dengan Pasar Modern Studi Kasus di Kawasan Cileduk Tangerang", *Jurnal Mix*, Vol 5 No 3, Oktober 2012, hal. 119.

menyebutkan bahwasanya pasar tradisional merupakan penggerak ekonomi masyarakat, dan dalam pengertian lain pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka dimana terjadi transaksi jual beli yang dimungkinkan adanya proses tawar menawar.⁵⁷

Pasar tradisional adalah tempat pasar yang di bangun dan dikelola oleh pemerintah. Pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunanya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbuka. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti buah, sayur, daging, kain, pakaian, perabotan rumah tangga, bahan pokok, makanan, jasa, dan lain-lain.⁵⁸

2. Mekanisme Pasar

Pasar menduduki peranan penting sebagai mekanisme ekonomi, tetapi pemerintah dan masyarakat juga harus bertindak aktif dalam mewujudkan kesejahteraan dan menegakkan keadilan. Ajaran Islam memberi perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar.

⁵⁷ Utami Ayunita, *“Eksistensi Pasar Tradisional di Kabupaten Sleman”*, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2011.

⁵⁸ Erly Juliyani, *“Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam”*, Jurnal Ummul Qura Vol. VII, No. 1, Maret 2016, hal. 72

Mekanisme pasar yang sempurna adalah resultan kekuatan yang bersifat massal dan imporsal, yaitu merupakan fenomena alamiyah.⁵⁹

Dalam Islam terdapat ketentuan bahwa pasar adalah hukum alam yang harus dijunjung tinggi. Setiap manusia saat berniaga atau berdagang sering dihadapkan dengan tantangan dan godaan sehingga kecenderungan terjadinya tipu muslihat, ketidakadilan, penyuapan dan penimbunan barang sangat besar. Pasar akan tetap stabil ditengah jalinan perilaku ekonomi seperti pemasok, penjual, pembeli, pelanggan, asosiasi dan agen-agen. Para pelaku ekonomi ini bertindak secara etis, penjual menawarkan barang dengan harga yang wajar, tidak mengambil keuntungan lebih besar dari semestinya, menghindari kesalahpahaman dan transaksi yang dianjurkan tertulis, sementara pembeli menerima barang yang baik dan tidak rusak.

Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berdasarkan ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dan rasa suka sama suka. Dalam QS. An-Nissa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Terjemahannya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku

⁵⁹ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), hal. 330.

atas dasar suka sama suka di antara kamu Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (An-Nisa’ : 29).⁶⁰

Dari ayat tersebut dijelaskan bahwasanya dalam pasar terdapat larangan praktik-praktik bisnis negatif. Agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan *mutual goodwill* bagi para pelakunya, maka nilai-nilai moralitas harus ditegakkan. Secara khusus nilai moralitas yang mendapatkan perhatian penting dalam pasar adalah persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Nilai-nilai moralitas ini memiliki akar yang kuat dalam ajaran Islam, sebagaimana dicantumkan dalam berbagai ayat Al-Quran. Untuk itulah Rasulullah telah menetapkan beberapa larangan terhadap praktik-praktik bisnis negative yang dapat mengganggu mekanisme pasar yang Islami.⁶¹

Sebagaimana sabda Rasulullah Saw: *“tempat yang paling dicintai Allah di negeri-negeri adalah masjid-masjid dan tempat yang dibenci Allah di negeri-negeri adalah pasar-pasaran”*. (HR. Muslim). Maka pengetahuan akan pasar merupakan sebuah keharusan. Pengetahuan tersebut mencakup bahasan tentang bagaimana seharusnya seorang produsen, distributor dan konsumen berperilaku, bertransaksi dan membangun suatu jaringan bisnis.

3. Distorsi Pasar

a. Penimbunan barang (*ihthikar*)

⁶⁰ Kementerian Agama RI, Al-Qur’an Madina: Dilengkapi dengan Terjemah dan Materi Tentang Akhlak Mulia, (Bandung: PT Madina Raihan Makmur), hal. 83.

⁶¹ P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam...*, hal. 303.

Pedagang dilarang melakukan *ihthikar*, yaitu menimbun barang dengan tujuan spekulasi sehingga ia mendapatkan keuntungan besar di atas keuntungan normal, atau hanya menjual sedikit barang untuk mendapatkan keuntungan di atas keuntungan normal. Suatu kegiatan masuk dalam kategori *ihthikar* apabila tiga unsur berikut:⁶²

- 1) Mengupayakan adanya kelangkaan barang dengan cara menimbun stok barang.
- 2) Menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sebelum munculnya kelangkaan.
- 3) Mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan keuntungan normal pada umumnya.

b. Penentuan Harga yang Tetap (*tas'ir*)

Tas'ir (penetapan harga) merupakan salah satu praktik yang tidak diperbolehkan dalam syari'at Islam. Pemerintah ataupun yang memiliki otoritas ekonomi tidak memiliki hak dan wewenang untuk menentukan harga terhadap sebuah komoditas. Kecuali pemerintah telah menyediakan untuk para pedagang, jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan harga yang ditentukan, atau pemerintah melihat dan mendapati adanya kezaliman-kezaliman di dalam sebuah pasar yang mengakibatkan rusaknya mekanisme pasar.⁶³

c. Riba

⁶² Veitzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 145.

⁶³ *Ibid.*, hal. 145.

Secara etimologis berarti penambahan. Sedangkan secara terminologi syar'i didefinisikan sebagai melebihi keuntungan (harta) dari salah satu pihak terhadap pihak lain dalam transaksi jual beli atau pertukaran barang yang sejenis dengan tanpa memberikan imbalan terhadap kelebihan tersebut. Salah satu ajaran Islam yang penting demi penegakan keadilan dan penghapusan eksploitasi dalam transaksi bisnis adalah dengan melarang riba.⁶⁴

d. Tadlis

Tadlis adalah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui satu pihak. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (pedagang dan pembeli). Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurigai atau didipu.⁶⁵

e. Gharar

Gharar adalah suatu transaksi jual beli yang mengandung hal ketidakjelasan atau ketidakpastian. Jual beli gharar dan tadlis sama-sama dilarang karena keduanya mengandung informasi yang tidak jelas. Namun, berbeda dengan tadlis, dimana ketidakjelasan hanya dialami satu pihak, yaitu pembeli saja atau penjual saja. Sedangkan dalam gharar, ketidakjelasan dialami dua pihak, yaitu penjual dan pembeli sama-sama mengalami informasi yang pasti atau tidak jelas.⁶⁶

⁶⁴ *Ibid.*, hal. 150.

⁶⁵ *Ibid.*, hal. 151.

⁶⁶ *Ibid.*, hal. 152.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dimaksudkan sebagai salah satu kebutuhan yang berguna untuk memberikan kejelasan dan batasaan pemahaman informasi. Serta untuk mengkaji kedudukan penelitian antara tulisan yang digunakan relevan dengan pokok permasalahan dalam hal ini yang berkaitan dengan tema penelitian ini mengenai dimensi moralitas perilaku pedagang selaku pelaku bisnis di pasar tradisional Ngemplak Tulungagung. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi landasan pada penelitian ini adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Ida Martinelli, jurnal ilmiah yang berjudul “Menelisik Dimensi Etika Dalam Kegiatan Ekonomi Menurut Perspektif Islam.” Penelitian ini mencoba menelisik urgensi etika dalam kegiatan ekonomi Islam dengan tujuan untuk menghilangkan unsur hewani dalam diri manusia sehingga dalam menjalankan sistem ekonomi Islam lebih manusiawi, bertanggungjawab kepada manusia lainya, juga tanpa melupakan unsur sosial sehingga mampu mensejahterakan manusia. Penelitian ini menfokuskan etika ekonomi Islam harus diutamakan bagi pelaku usaha muslim, karena maju dan berkembangnya usaha ekonomi bagi seorang muslim tergantung bagaimana mereka mematuhi etika tersebut. Etika ekonomi Islam dalam penelitian ini diantaranya: *shiddiq* (jujur), amanah (tanggungjawab), tidak menipu, menepati janji, murah hati, tidak merupakan akhirat, menolong orang lain, tidak boleh menjelekan bisnis orang lain, tidak melakkan monopoli, memperhatikan halal dan haram, bersih dari unsur riba,

bisnis yang dilakukan dengan suka rela dan membayar upah karyawan.⁶⁷ Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini, penelitian diatas mencoba menelisik urgensi etika ekonomi Islam, sedangkan penelitian ini lebih mencoba melihat pemahaman para pelaku bisnis atau para pedagang pasar dalam memahami etika bisnis Islam. Persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas etika bisnis Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Farid dan Amilatur 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 tersendiri, karena setiap daerah memiliki cara tersendiri dalam melakukan transaksi jual beli hewan.⁶⁸ 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

⁶⁷ Ida Martinelli, *Menelisik Dimensi Etika Dalam Kegiatan Ekonomi Menurut Perspektif Islam*, (Jurnal EduTech Vol. 4 No. 1 Maret 2018).

⁶⁸ Muhammad Farid, Aminatur Z, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian", (Jurnal Iqtishoduna, Vol. 6. No. 2 Oktober 2015).

semata. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang 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 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.⁶⁹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam, dan metode penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian deskriptif

⁶⁹ 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).

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 dimensi Moralitas bisnis 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 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 kerap kali pedagang memberitahukan kepada pedagang lainnya.⁷⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian diatas 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 Muhammad Saifullah, jurnal ilmiah yang berjudul “Etika Bisnis Islam Dalam Praktek Bisnis Rasulullah.” Hasil dari

⁷⁰ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari’ah di Pasar Tradisional Singaparna Kabupaten Tasikmalaya*”, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya: 2010).

penelitian ini adalah dari penelusuran sejarah yang dilakukan maka dapat ditemukan bahwa etika bisnis yang dimiliki Nabi Muhammad SAW, adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, mejahui gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan (*mutual benefit principle*) antara penjual dan pembeli. Bisnis yang dipraktikan Nabi Muhammad SAW ini tentu perlu diadaptasi oleh para pembisnis di masa kini yang terkadang mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikan oleh Nabi SAW.⁷¹

Penelitian yang dilakukan oleh Lukman Fauroni, jurnal yang berjudul “Rekontruksi Etika Bisnis: perspektif al-Qur’an.” Jurnal ini menjelaskan tentang pandangan al-Qur’an tentang bisnis dalam hubungannya dengan etika bisnis dan prinsip-prinsip etika bisnis al-Qur’an.⁷² Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian ini, penelitian diatas berupaya meneliti gagasan-gagasan atau konsep-konsep dan nilai-nilai yang mendasarkan diri pada interpretasi atas ayat-ayat al-Qur’an. Sedangkan penelitian ini berupaya menelusuri terlebih dahulu pemahaman para pedagang pasar mengenai moralitas bisnis. Persamaan penelitian diatas dan penelitian ini membahas mengenai etika bisnis.

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

⁷¹ Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, (Jurnal: Walisongo, Volume 19 Nomor 1 Mei 2011).

⁷² Lukman Fauroni, *Reontruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur’an*, Jurnal: Iqtisad (Journal of Islamic Economics, Volume 4 Nomor 1 Maret 2003).

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.⁷³ Persamaan 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 menunjukkan 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

⁷³ Fajri Futuh, dkk, "*Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Fashion Busana Muslim di Pasar Baru Trade Center*" (Jurnal Universitas Islam bandung Vol.4, No.1 2018).

berdampak pada enam aspek kemajuan bisnis perusahaan.⁷⁴ Persamaannya adalah sama-sama mengkaji tentang etika bisnis Islam. Perbedaannya objek kajian dalam penelitian diatas adalah industri rumah tangga penghasil bandeng di kabupaten Pemalang, Jawa tengah, sedangkan penelitian ini objek kajiannya pada pedagang di pasar Ngemplak Tulungagung.

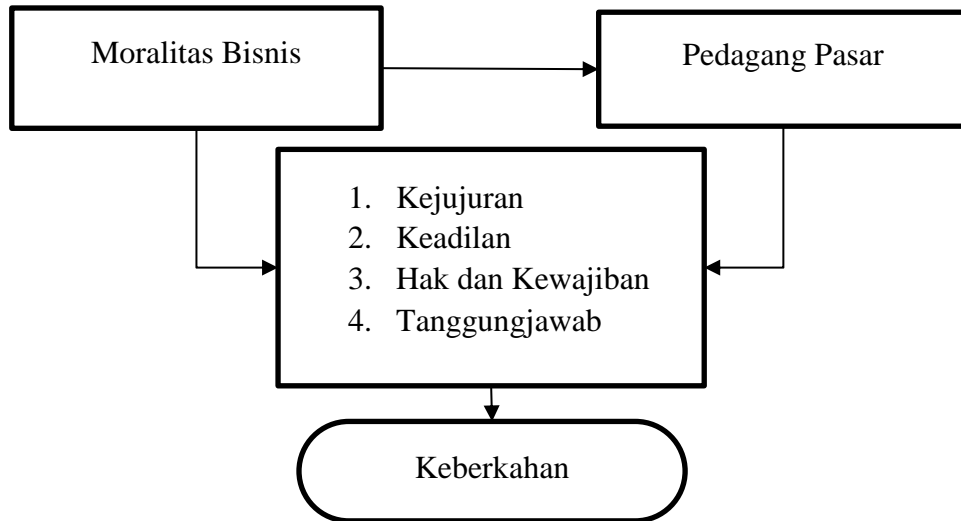
Dalam penelitian kali ini ini peneliti mencoba menyajikan implikasi bagi pelaku bisnis (pedagang) ketika menjalankan kegiatan bisnisnya pada roda-roda nilai moralitas. Nilai kejujuran, keadilan, hak dan kewajiban serta tanggungjawab dijadikan indikator apakah para pelaku bisnis di pasar tradisional Ngemplak Tulungagung telah mengintegrasikan dan menegakkan nilai-nilai moralitasnya dalam usaha pemenuhan kebutuhan hidupnya yang terjadi didalam kegiatan bisnisnya (berdagang).

Dalam penelitian kali ini juga mencoba membahas keberkahan dalam berbisnis, dimana keberkahan akan didapatkan mana kala para pelaku bisnis (pedagang pasar) mampu mengimplementasikan nilai-nilai moralitas tersebut. Tentu ini menjadi pembeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, dimana dalam penelitian ini, tidak hanya membahas moralitas bisnis saja yang dijadikan tolak ukur dalam kegiatan berdagang dan berbisnis. Melainkan lebih dari itu, pada penelitian kali ini membahas sekaligus dimensi keberkahan yang ada dibalik kegiatan berbisnis atau berdagang yang didasarkan pada nilai-nilai moralitas.

⁷⁴ 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).

E. Karangka Berfikir Teoritis

Gambar 2.1
Karangka Pemikiran



Sumber: Data yang diolah.

Keterangan:

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka dapat dijelaskan bahwa para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perlu memperhatikan dan menerapkan nilai-nilai moral atau etika dalam setiap aktivitas bisnisnya. Para pedagang pasar perlu menanamkan nilai-nilai Kejujuran, Keadilan, Tanggungjawab serta penegakan Hak dan Kewajiban kepada semua pihak, kaitanya dalam hal ini adalah para konsumen. Dengan dijalankanya nilai-nilai etis tersebut diharapkan dapat menghilangkan unsur-unsur kecurangan yang sering terjadi pada aktivitas bisnis di pasar, sehingga dalam upaya mencari keuntungan dalam berbisnis tidak hanya terkait keuntungan yang bersifat materil saja, akan tetapi sekaligus keuntungan yang bersifat non-materil yaitu keberkahan.