

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kewirausahaan suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani melibatkan risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Keberanian mengambil resiko sudah menjadi milik seorang wirausahawan karena dituntut untuk berani dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai perhatian dipasar. Pada ruang lingkup perdagangan seorang pedagang mengejar keuntungan merupakan suatu hal yang sangat wajar, akan tetapi mencapai keuntungan tersebut perlu memperhatikan etnis dalam berdagang demi kelangsungan hidup pedagang itu sendiri. Perilaku etis seorang pedagang dapat berupa menerapkan nilai moral dalam setiap aktivitasnya jika dilihat dari persepektif jangka panjang. Perilaku yang tidak etis dapat merugikan dirinya sendiri karena dikemudian hari ada hal-hal yang tidak diinginkan bisa saja terjadi jika seorang tidak menerapkan nilai moral dalam setiap aktivitasnya.

Pasar merupakan mekanisme krusial dalam ekonomi yang memfasilitasi interaksi antara pembeli dan penjual untuk perdagangan barang dan jasa. Terdapat berbagai jenis pasar dengan fungsi yang berbeda, yang berperan dalam menentukan harga, mendistribusikan sumber daya, dan memberikan informasi. Kemajuan teknologi juga telah

mengubah cara pasar beroperasi, membuatnya lebih efisien. Secara keseluruhan, pasar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Etika memainkan peran penting dalam menentukan dinamika pasar. Praktik bisnis yang jujur, transparan, dan bertanggung jawab dapat menarik lebih banyak pembeli, menjadikan pasar ramai. Menerapkan prinsip-prinsip etika ini, bisnis dapat membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan menciptakan hubungan yang berkelanjutan serta saling menguntungkan. Sebaliknya, ketidakjujuran, diskriminasi, dan pelayanan yang buruk dapat mengurangi kepercayaan konsumen, menyebabkan pasar menjadi sepi.

Pasar Lamongan Baru menjadi pusat ekonomi yang diisi oleh pedagang dari beragam latar belakang etnis dan agama. Salah satu komunitas yang menonjol di antara mereka adalah etnis Tionghoa yang beragama Islam, yang menarik perhatian karena kemampuan mereka menggabungkan nilai-nilai etnis dan agama dalam aktivitas sehari-hari mereka.

Komunitas Tionghoa yang beragama Islam berhasil mengintegrasikan nilai-nilai tersebut, mereka tetap menghadapi tantangan yang signifikan dalam bentuk stereotip ganda yang mengarah pada diskriminasi, baik dari sesama pedagang maupun konsumen. Etika kerja mereka terkadang disalahartikan sebagai “eksklusif” karena keterikatan mereka pada komunitas dan norma internal tertentu.

Praktik dagang komunitas Tionghoa yang beragama Islam mencerminkan integrasi nilai-nilai etis yang kuat, seperti kejujuran dan tanggung jawab, yang menjadi dasar dalam setiap transaksi. Komunitas ini tetap menghadapi tantangan signifikan dalam menyesuaikan diri dengan norma-norma lokal yang berlaku, yang sering kali lebih fleksibel dan personal. Ketidaksesuaian ini dapat menyebabkan konflik dalam interaksi bisnis dan menciptakan kesalahpahaman, baik di antara sesama pedagang maupun dengan konsumen, yang mungkin melihat pendekatan ini sebagai eksklusif atau tidak sesuai dengan kebiasaan lokal. Praktik dagang menunjukkan kombinasi nilai Islam, seperti kejujuran, larangan menipu, dan anti-riba, dengan prinsip kerja keras dan efisiensi ala budaya Tionghoa. Integrasi ini bisa menimbulkan konflik atau ketidaksesuaian dengan norma dagang lokal yang cenderung lebih fleksibel dan personal.

Beberapa pedagang lokal menganggap bahwa pedagang Tionghoa Muslim menggunakan strategi dagang yang terlalu agresif, seperti membuka toko lebih awal dan menawarkan harga lebih rendah secara konsisten, yang dianggap menciptakan persaingan tidak sehat. Meskipun etika kerja mereka sering dianggap unggul, ada anggapan bahwa loyalitas kelompok terlalu dominan, sehingga interaksi ekonomi dengan kelompok luar jadi terbatas atau kurang terbuka. Kesulitan dalam menjembatani antara etika kerja yang berbasis nilai-nilai Islam-Tionghoa dengan norma sosial mayoritas (Jawa-Muslim atau non-Tionghoa) dalam berinteraksi sosial dan berbisnis.

Perbedaan latar belakang budaya dan nilai-nilai etnis yang beragam memberikan warna dalam praktik bisnis di Pasar Lamongan Baru. Hal ini menciptakan peluang bagi kolaborasi dan pertukaran ide yang dapat memperkuat jaringan perdagangan antar etnis. Interaksi antar etnis dalam dunia bisnis menciptakan dinamika tersendiri, terutama dalam penerapan etika bisnis Islam Khususnya etnis Muslim Jawa dan China di Pasar Lamongan Baru memiliki pendekatan yang berbeda dalam menjalankan bisnis mereka, tetapi keduanya dapat saling melengkapi dalam membangun bisnis mereka. Tetapi keduanya dapat saling melengkapi dalam membangun bisnis yang berkelanjutan.

Penelitian mengenai etika bisnis dalam perspektif Islam telah banyak dilakukan, terutama pada komunitas Muslim mayoritas atau pelaku usaha kecil secara umum. Musthafa dalam penelitiannya menyoroti prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam seperti larangan riba, penipuan, dan perdagangan barang haram.¹

Fenomena gap yang terjadi adalah adanya perbedaan persepsi dan pendekatan etika kerja antara kedua etnis ini. Beberapa studi sebelumnya cenderung membahas etika kerja Muslim atau etika bisnis etnis Tionghoa secara terpisah, tanpa mengkaji bagaimana interaksi dan perbandingan etika kerja keduanya dalam praktik bisnis, khususnya dalam konteks syariah. Padahal, dalam realitas di lapangan, kedua etnis ini kerap berinteraksi dalam

¹ Ahmad Bisri Musthafa, Etika Bisnis dalam Islam, *Iqtishod: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, 2022), hlm. 8.

satu ruang ekonomi yang sama, seperti pasar tradisional. Inilah yang menjadi celah (gap) penelitian yang perlu dijembatani.

Data BPS Kabupaten Lamongan (2023) mencatat bahwa sektor perdagangan menjadi penyumbang terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di wilayah tersebut. Salah satu pusat aktivitas perdagangan yang menonjol adalah Pasar Lamongan Baru, yang menjadi tempat berinteraksi berbagai etnis, terutama etnis Muslim Jawa dan etnis Tionghoa, dalam kegiatan jual beli. Aktivitas ekonomi yang berlangsung di pasar ini tidak hanya mencerminkan dinamika sosial-budaya masyarakat Lamongan, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai dan praktik etika kerja yang dianut masing-masing kelompok etnis.

Alasan pemilihan Pasar Lamongan Baru sebagai lokasi penelitian adalah karena pasar ini merupakan salah satu pusat perdagangan terbesar dan terorganisir di Kabupaten Lamongan yang menampung pelaku usaha dari berbagai latar belakang etnis, khususnya Muslim Jawa dan Tionghoa. Interaksi bisnis antar etnis di pasar ini cukup intens dan dinamis, sehingga menjadi lokasi yang strategis untuk mengamati bagaimana etika kerja dijalankan oleh masing-masing etnis dalam konteks mewujudkan keberlanjutan bisnis syariah. Selain itu, pasar ini juga mencerminkan realitas ekonomi lokal yang tetap mempertahankan prinsip-prinsip tradisional, namun perlahan mulai bergeser ke arah praktik bisnis modern, termasuk model bisnis berbasis syariah. Dengan mengangkat studi kasus di Pasar Lamongan Baru, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis

terhadap pemahaman tentang etika kerja lintas etnis dalam mendukung keberlanjutan bisnis syariah di Indonesia.

Efilianti dalam penelitiannya menemukan bahwa pelaku usaha kecil di lingkungan UIN Jakarta sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam praktik sehari-hari. Kajian yang secara khusus mengeksplorasi penerapan etika bisnis Islam pada komunitas minoritas ganda seperti etnis Tionghoa Muslim, terutama di pasar tradisional pedesaan seperti Pasar Lamongan Baru, masih sangat terbatas.² Perbandingan etika bisnis antara etnis Muslim Jawa dan Tionghoa, serta dinamika sosial-budaya yang memengaruhi penerapan prinsip syariah dalam bisnis di pasar tradisional, belum banyak dijelaskan secara mendalam.³ Kesenjangan penting karena identitas ganda (etnis dan agama) bisa menciptakan kompleksitas tersendiri dalam praktik etika dagang, yang belum banyak disentuh dalam literatur.

Penelitian menawarkan kebaruan dengan mengangkat komunitas etnis Tionghoa Muslim sebagai fokus utama, yang merupakan kelompok minoritas ganda dari sisi etnis dan agama dalam konteks pasar tradisional. Tidak hanya itu, penelitian ini membandingkan praktik etika kerja dengan etnis Muslim Jawa, untuk melihat bagaimana masing-masing kelompok menginternalisasi dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam di tengah tantangan sosial dan budaya yang berbeda. Pendekatan ini memberikan perspektif interseksional yang menggabungkan dimensi etnis,

² Desi Efilianti, Etika Bisnis dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Kecil, (*Jurnal Ekonomi Syariah Al-Mashrafiyah*, Vol. 6, No. 2, 2021), hlm. 149.

³ Ayesha Nur Salma, Etika Bisnis Islam Komunitas Jawa, China, Dan Arab Di Kota Pekalongan, (*Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 5, No. 2, 2019), hlm. 142

agama, dan nilai-nilai budaya dalam praktik bisnis. Penelitian ini dilakukan di wilayah yang jarang disorot, yaitu Pasar Lamongan Baru, yang merepresentasikan pasar tradisional perkotaan kecil, bukan seperti kota besar yakni Jakarta atau Surabaya yang sering menjadi lokasi studi sejenis. Penelitian tidak hanya mengisi kekosongan literatur, tetapi juga memperkaya pemahaman tentang keberagaman penerapan etika bisnis Islam di Indonesia, serta kontribusinya terhadap keberlanjutan bisnis berbasis syariah di tingkat lokal.

Pertanyaan yang muncul adalah, di balik kesuksesan dan prestasi yang mereka raih dalam bisnis, apakah mereka benar-benar menerapkan etika atau moral dalam berbisnis sesuai dengan prinsip syariah? Atau apakah mereka lebih mengutamakan keuntungan besar tanpa memperhatikan etika? Dalam konteks ini, peneliti akan fokus pada salah satu kelompok, yaitu orang Tionghoa.

Komunitas Tionghoa Muslim telah mencapai banyak kesuksesan dalam bisnis mereka, dan terdapat pandangan yang menarik mengenai pendekatan yang mereka ambil dalam menjalankan usaha. Sekilas dari rahasia kesuksesan dan persepsi mereka, sama sekali tidak terlihat mereka menjadikan agama sebagai landasan utama dalam berdagang/berbisnis, mereka hanya menggunakan etika yang seadanya saja, meskipun itu sudah menjadi kunci kesuksesan mereka.

Etika yang seadanya ini seharusnya tidak diperuntukkan bagi para pengusaha Muslim Tionghoa, yang mana mereka sudah paham tentang

Etika Bisnis yang diajarkan dalam agama baru mereka, yaitu Islam. Justru seharusnya mereka menerapkannya, melihat mereka sudah mengetahui bagaimana etika bisnis Islam yang benar, etika Rasulullah dalam berdagang, dan lain sebagainya.

Salah satu pembuktian umum ini, maka menjadi alasan peneliti mengapa mengambil judul tentang Etika Bisnis Islam yang mana sample dalam penelitian ini adalah pengusaha Muslim Tionghoa, meskipun tidak semua dari pengusaha Muslim Tionghoa seperti itu. Studi ini menyoroti komunitas etnis Tionghoa Muslim, sebuah kelompok yang termasuk minoritas ganda baik dari sisi etnis maupun agama yang belum banyak diteliti secara khusus dalam konteks pasar tradisional di daerah pedesaan seperti Lamongan. Penelitian ini membuka wawasan baru tentang bagaimana identitas ganda ini membentuk nilai, prinsip, dan praktik etika kerja mereka.

Etika kerja mencerminkan nilai moral dan profesionalisme dalam bekerja. Etika kerja yang baik akan mendorong seseorang untuk menjalankan bisnisnya dengan kejujuran, tanggung jawab, dan komitmen terhadap nilai-nilai Islam. Dalam konteks pasar, baik moderen maupun tradisional, penerapan etika kerja yang positif sangat diperlukan untuk membangun kepercayaan konsumen dan mencegah praktik.

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk China dan Jawa Di Pasar Lamongan Baru, 2025

PEDAGANG	JUMLAH
China	20
Jawa	480
Jumlah	500

Sumber : Pardi (Kepala Pasar Lamongan Baru), 2025

Berdasarkan data diatas menunjukan distribusi jumlah penduduk antara China dan Jawa. Kita dapat melihat bahwa jumlah penduduk di Jawa jauh lebih banyak dibandingkan dengan China. tetapi data yang menunjukan bahwa Jawa memiliki populasi yang sangat besar dibandingkan dengan China. Maka dapat dilihat bahwa pedagang di Pasar Lamongan Baru ini terdiri dari dua Etnis utama. Ini menunjukan adanya keragaman Etnis di antara pedagang di pasar tersebut, yang mungkin mempengaruhi dinamika sosial dan ekonomi di Pasar Lamongan Baru.

Beberapa Peneliti sebelumnya telah membahas etika isnis Islam dan perannya dalam keberlanjutan usaha. Penelitian secara khusus mengkaji perbandingan etika kerja antara etnis Muslim Jawa dan China dalam konteks bisnis syariah masih terbatas. Selain itu, kajian yang menyoroti bagaimana kedua etnis ini mengatasi perbedaan budaya dalam menjalankan bisnis syariah di pasar tradisonal juga belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menganalisis bagaimana etika kerja yang diterapkan oleh etnis Muslim Jawa dan China dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan bisnis syariah khususnya di Pasar Lamongan Baru. Penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis penerapan etika kerja dalam bisnis yang dijalankan oleh etnis Muslim Jawa dan China di Pasar Lamongan Baru. Tujuan memahami bagaimana kedua etnis ini menerapkan etika bisnis Islam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana membangun bisnis yang berlandaskan nilai syariah serta menciptakan lingkungan bisnis yang harmonis dan berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Bisri Musthafa⁴ Etika Bisnis Dalam Islam, yang menghasilkan bahwa dalam persepektif hukum Islam terhadap prinsip dasar yang harus dihindari dalam berbisnis yakni: tidak mengundang unsur riba, tidak mengundang unsur penipuan serta tindak berbisnis dengan barang yang diharamkan. Persamaan penelitian ini sama-sama membahas mengenai etika bisnis muslim. Terdapat perbedaan pada objek yang digunakan pada penelitian yang dilakukan peneliti yakni Etnis Muslim Jawa dan China.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayesha Nur Salma⁵ Etika Bisnis Islam Komunitas Jawa, China, dan Arab di Kota Pekalongan yang menghasilkan bahwa Nilai yang diterapkan oleh pedagang Etnis Jawa, China, dan Arab dalam berdagang memiliki ciri khas tersendiri untuk beradaptasi dan membangun relasi dengan para pelanggannya, Persamaan penelitian ini sama membahas mengenai etika bisnis muslim. Terdapat perbedaan terdapat pada objek yang digunakan pada penelitian yang

⁴ Ahmad Bisri Musthafa, Etika Bisnis Dalam Islam, (*Jurnal IQTISHOD; Pemikiran dan Hukum Ekonomi Syariah* Volume 1 Nomor 2 Oktober 2022)

⁵ Ayesha Nur Salma, Etika Bisnis Islam Komunitas Jawa, China, Dan Arab Di Kota Pekalongan, (*Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 5, No. 2, 2019)

dilakukan oleh Ayesha yang meneliti pembisnis Etnis Jawa, China dan Arab. Sedangkan yang dilakukan peneliti yaitu etnis Muslim Jawa, dan China.

Penelitian yang dilakukan oleh Desi Efilianti⁶ Etika Bisnis dalam Pandangan Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil, yang menghasilkan bahwa Kampoeng Kreati Bazar Madinah dan Usaha Kecil di Lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan Etika Bisnis Islam, baik oleh pengusaha maupun karyawannya. Persamaan penelitian ini sama-sama membahas mengenai Etika Bisnis. Terdapat perbedaan terdapat pada objek yang digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh Desi meneliti pelaku Usaha Kecil sedangkan yang dilakukan peneliti yakni Etnis Muslim Jawa dan China.

Perilaku dalam berbisnis dan berdagang juga seharusnya tidak boleh luput dari moral atau nilai Etika Bisnis. Penting bagi para pelaku Bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup Bisnis.

Menyinggung mengenai bisnis, banyak dari kota-kota besar di Jawa menjadi pusat Bisnis, entah dari bisnis yang kecil, menengah sampai bisnis yang besar/internasional. Selain di Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Yogyakarta, Solo juga terdaftar menjadi kota besar yang ditempati oleh para pelaku bisnis. Orang Tionghoa yang bertempat dikampung Tionghoa

⁶ Desi Efilianti, Etika Bisnis Dalam Pandangan Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil, (*Jurnal Ekonomi Syariah* Volume 1, Nomor 2, Desember 2018)

didaerah Pasar Gede, Kampung Sudiroprajan, tidak sedikit pula dari mereka yang membuka usaha/bisnis kain, baju, bahan bangunan/ material, dan lain sebagainya. Mereka juga bisa dibilang sukses dalam bisnisnya.

Sudah tidak diragukan lagi, orang Tionghoa terbilang sukses dalam segala bidang bisnis dan dagang, Ann Wan Seng dalam bukunya *Rahasia Bisnis Orang Tionghoa*, memaparkan sebaaiaan rahasia dan petuah dagang orang Tionghoa, menurut Ann Wan Seng orang Tionghoa adalah bangsa fleksibel, mudah berubah, dan menyesuaikan diri dengan keadaan yang bagaimanapun. Mereka bisa berdagang dimanapun, sekalipun ditempat yang tidak produktif. Hal ini dikarenakan totalitas bahwa orang Tionghoa selalu mengingatkan perubahan, nasib gagal tidak menjadi alasan untuk tidak berhenti, justru mereka selalu mengambil hikmah dari kegagalannya, karena prinsip mereka hanyalah Kerja Keras dan Tekun, dilihat dari mereka bekerja, normal orang bekerja adalah 8-10 jam, tapi bagi orang Tionghoa bekerja 16-18 jam.⁷

Selain itu, sejak kecil telah digantikan dalam pikiran mereka agar tidak bergantung kepada orang lain, mereka memiliki kemampuan dan potensi masing-masing, dan untuk membuktikannya yaitu dengan cara berdagang/berbisnis, karena bisa menjadikan mereka lebih bijak, disiplin, dan tahan banting. Persepsi orang Tionghoa pada perdagangan adalah positif. Dunia dagang adalah dunia yang menjanjikan kesenangannya,

⁷ Ann Wan Seng, *Rahasia Bisnis Orang Tionghoa:Kunci Sukses Menguasai Perdagangan*, Cetakan ke II (Jakarta: Naora Books PT. Mizan Publika, 2014), hlm. 6

kemewahan, dan kebahagiaan.⁸

Harta merupakan kebutuhan inti dalam kehidupan, dimana manusia tidak bisa terlepas dari hal itu. Salah satu cara lain dalam mencari harta adalah dengan cara berbisnis, tentang jenis bisnis/usaha apa yang mereka lakukan, yang terpenting agar mereka mendapatkan tambahan dalam kehidupannya. Bahkan bisnis/usaha sekarang semakin marak, dan hampir semua orang menekuninya, entah dijadikan sebagai sampingan semata atau bahkan menjadi penghasilan utama dalam keluarga. Bisnis dipahami sebagai suatu proses keseluruhan dari produk yang mempunyai kedalaman logika, bahwa bisnis dirumuskan sebagai memaksimalkan keuntungan perusahaan dan meminimumkan biaya perusahaan.⁹

Karena itu bisnis seringkali menetapkan pemilihan strategis dari pada pendirian berdasarkan nilai, dimana pilihan strategis didasarkan atas logika subsistem yaitu keuntungan dan kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Akibat dari kesadaran demikian maka, upaya-upaya meraih keuntungan dilakukan dengan cara apapun. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian pihak lain, tetapi bila menguntungkan bagi pelaku bisnis atau perusahaannya, maka dianggap sebagai pilihan bisnis.¹⁰

Segala pernyataan diatas memang yang bisa kita lihat sekarang,

⁸ Ibid, hlm. 8

⁹ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Cet. I, edisi

¹⁰ Ibid., hlm. 58

dengan banyaknya usaha/ bisnis yang dilakukan orang-orang sekarang, dan daya saing yang sangat kuat, maka menjadikan mereka melakukan dan menghalalkan segala cara demi mendapatkan keuntungan yang besar, “mengeluarkan modal sekecil-kecilnya demi mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya”, dengan adanya mindset seperti itu dalam benak pikiran para pelaku pembisnis inilah yang menjadikan mereka melakukan segala cara demi kesuksesan bisnis mereka, bahkan dengan cara yang diluar moral, atau tanpa etika sama sekali. Terdapat anggapan pula dalam masyarakat bisnis sendiri, mereka berpendapat bahwa bisnis akan rugi bila mengikuti tuntutan-tuntutan etika, tapi justru pandangan ini tidak menunjukkan pemahaman tentang bisnis yang memadai. Etika bisnis harus dipandang sebagai unsur dalam usaha bisnis itu sendiri. Etika merupakan bagian integral dari bisnis yang dijalankan secara profesional. Bisnis tanpa etika justru tidak akan berhasil.¹¹

Dunia bisnis, Pelaku usaha seharusnya menerapkan prinsip etika dan norma bisnis agar dapat menjalankan aktivitasnya sesuai ajaran Islam. Dengan adanya diberlakukannya aturan dalam etika bisnis Islam, diharapkan setiap individu memiliki pekerjaan yang halal, sehingga rezeki yang diperoleh dapat mendatangkan keberkahan.¹² Dalam praktik bisnis, seringkali terjadi penyimpangan seperti kecurangan, riba, dan perubahan batil lainnya. Oleh karena itu, Islam memberikan baasan dan pedoman

¹¹ R Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al Quran*, Cet I, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), hlm. 166

¹² Shintya Terisna Sari Azizah Rahmawati, ‘Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Masyarakat Modern’, *Manajemen Bisnis Syariah*, Vol 3.1 (2023), 7.

yang jelas mengenai perilaku bisnis yang diperbolehkan dan yang dilarang. Al- Qur'an mengajarkan bahwa persaingan harus dilakukan secara sportif dan sehat, tanpa menjatuhkan pihak lain. Bisnis dan moral harus berjalan seiring, karena moralitas menentukan apakah suatu tindakan dalam bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Pada Islam, Konsep persaingan bisnis ini dijelaskan dalam Al- Qur'an menekankan pada persaingan yang seportif, dimana pelaku usaha berkontribusi secara positif tanpa menjatuhkan pesaing. Moralitas dalam bisnis berperan sebagai pedoman dalam mengawasi perilaku manusia serta menentukan apakah suatu tindakan dapat dikategorikan sebagai baik atau buruk. Implementasi nilai moral dalam kehidupan bisnis harus disadari oleh setiap pelaku usaha. Islam tujuan bisnis bukan sekedar memperoleh keuntungan sebesar-besarnya, tetapi juga mencari keberkahan. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis Islam harus mencakup seluruh aspek perekonomian, termasuk kegiatan usaha masyarakat.¹³

Seseorang dalam bekerja harus memiliki etika, terutama dalam bisnis. Etika bisnis seharusnya diterapkan dalam aktivitas ekonomi, karena bisnis merupakan aktivitas yang disengaja, sehingga harus sesuai dengan prinsip moral. Aktivitas berdagang dalam Islam dianjurkan untuk menerapkan etika bisnis Rasulullah SAW, seperti bersikap jujur, bertanggung jawab, transparan serta mengajak dan memberikan contoh

¹³Alfin Putri Rahayu, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Produksi Home Industry : Studi Pada Putra Sabar Group Wringinanom Gresik', *Turāth: Interdisciplinary Journal of Economics*, 1.1 (2024), 54–70.

dalam menjalankan bisnis sesuai ajaran Islam. Seorang pedagang harus memahami tugas dan kewajibannya, serta tetap konsisten dalam iman dan nilai moral meskipun menghadapi berbagai godaan dan tantangan dalam dunia usaha.

Konteks keberlanjutan bisnis syariah, etika kerja menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan, terutama dalam interaksi antara Etnis Muslim Jawa dan China. Kedua Etnis ini memiliki nilai budaya dan Etika kerja yang berbeda, tetapi dapat saling melengkapi dalam menciptakan lingkungan bisnis yang berkelanjutan. Adanya penelitian ini, penerapan Etika Kerja oleh Etnis Muslim Jawa dan China dalam bisnis dapat memberikan kontribusi bagi keberlanjutan bisnis syariah.¹⁴

Etika kerja juga mencerminkan karakter, keyakinan dan semangat seseorang dalam bekerja secara optimal serta berusaha mencapai kualitas kerja yang tinggi. Etika kerja berkaitan dengan kebiasaan dan cara pandang seseorang terhadap dunia, yang mempengaruhi bagaimana mereka mengambil keputusan dan tindakan dalam dunia bisnis. Penerapan etika kerja yang baik sangat berpengaruh dalam aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk dalam kegiatan jual beli. Etika kerja yang sportif akan mendorong seseorang untuk menjalankan usaha dengan jujur, adil, dan bertanggung jawab. Pada konteks pasar, baik moderen maupun tradisional, etika kerja menjadi landasan utama dalam menjaga kepercayaan konsumen

¹⁴ Della Rista Pratiwi, Danang Rosadi, and Danish Izza Nadira, 'Penerapan Etika Bisnis Syariah Terhadap Keberlanjutan Usaha: Studi Pada UKM Syariah Di Surabaya', *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6.3 (2023), 258–72

dan mencegah terjadinya penyimpangan.

Pemilihan Pasar Lamongan Baru sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa alasan. Pertama, Pasar Lamongan Baru merupakan pusat aktivitas perekonomian masyarakat yang mempertemukan berbagai etnis, khususnya etnis Muslim Jawa dan China, dalam kegiatan jual beli. Keberagaman ini memberikan peluang untuk mengkaji bagaimana perbedaan etika kerja yang didasari oleh latar belakang budaya dan agama masing-masing etnis berperan dalam menjalankan bisnis. Kedua, pasar ini menjadi representasi dinamika bisnis syariah yang berkembang di masyarakat, di mana sebagian besar pedagang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi jual beli. Hal ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memahami bagaimana etika kerja berkontribusi dalam mewujudkan keberlanjutan bisnis syariah. Ketiga, tingkat kesuksesan yang setara antara pedagang etnis Jawa dan etnis China, meskipun jumlah pedagang dari kedua etnis tersebut tidak sebanding, menarik untuk diteliti lebih lanjut terkait faktor-faktor yang mendukung keberhasilan tersebut.

Aktivitas jual beli dalam praktiknya sering terjadi penyimpangan terutama di pasar tradisional. Beberapa pedagang melakukan kecurangan seperti pengurangan ukuran timbangan atau mencampurkan bahan berkualitas rendah demi keuntungan pribadi. Oleh karena itu, kesadaran pedagang terhadap transaksi jual beli yang sesuai dengan ajaran Islam perlu

ditingkatkan guna menghindari tindakan yang merugikan orang lain. Hal ini sejalan dengan salah satu ayat Al-Qur'an:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۚ (۱) الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۖ
(۲) وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ ۚ (۳)

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan. dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi” (QS. Al-Muthaffifiin 1-3)¹⁵

Penduduk Indonesia terdiri dari berbagai macam etnis dan suku bangsa yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Banyaknya etnis dan suku bangsa yang ada di Indonesia tentunya membawa pengaruh besar pada keanekaragam kegiatan ekonomi, sosial, maupun budaya. Pola kehidupan pun berbeda dari satu etnis dengan etnis lainnya, termasuk dalamnya yakni etika bisnis Islam.

Setiap orang memiliki kebutuhan hidup yang beragam. Hal itu tentunya berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan setiap orang. Seorang muslim terutama dianjurkan untuk memenuhi kebutuhan pokoknya sendiri semisal sandang, pangan dan papan. Hidup mandiri dan tidak meminta-meminta kepada orang lain membuat seorang muslim harus mampu bekerja demi pemenuhan kebutuhan pokok tersebut. Al-qur'an menerangkan anjuran seorang muslim untuk bekerja memenuhi kebutuhan dunianya. At-Taubah ayat 105 seperti berikut:

¹⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: CV Naladana, 2004).

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ

وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “Dan Katakanlah: “Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (QS. At-Taubah: 105).¹⁶

Hal ini mengingatkan Allah SWT. Di hari kiamat akan membuka setiap hakikat amal baik atau buruk yang dikerjakan manusia. Allah Swt melalui Surah At-Taubah ayat 105 menganjurkan kepada umat Islam untuk memiliki etos kerja tinggi. Al-Qur'an menyebutkan kurang lebih sebanyak 412 kali kata yang berarti bekerja. Hal ini tentu menambah pentingnya urgensi etos kerja dalam Islam. Rasulullah Saw semenjak umur 12 tahun bahkan telah mencontohkan pentingnya etos kerja melalui perdagangan ke negeri Syam bersama pamannya, Abu Thalib. Para sahabat seperti Abu Bakar, Umar bin Khattab, Usman bin Affan, hingga Ali bin Abi Thalib juga merupakan para karakter pekerja keras.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti melakukan penelitian dengan judul: “Etika Kerja Etnis Muslim Jawa dan China untuk Mewujudkan Keberlanjutan Bisnis Syariah (Studi Kasus di Pasar Lamongan Baru, Jawa Timur)”. Penelitian ini didasari oleh perbedaan budaya dan agama yang dimiliki masing-masing etnis, di mana jumlah pedagang etnis Jawa jauh lebih banyak dibandingkan pedagang etnis China. Meskipun terdapat perbedaan

¹⁶ Ibid., *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: CV Naladana, 2004)

jumlah dan latar belakang etnis, kedua kelompok pedagang tersebut, khususnya yang berada di Pasar Lamongan Baru, menunjukkan tingkat kesuksesan yang relatif setara. Kesetaraan ini dilihat dari beberapa indikator umum, seperti stabilitas usaha, jumlah pelanggan tetap, tingkat keuntungan harian atau bulanan, serta keberlangsungan usaha yang telah bertahan selama bertahun-tahun. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun berasal dari latar belakang etnis yang berbeda, keduanya mampu menjalankan bisnis secara konsisten dan berdaya saing, didukung oleh etika kerja yang mereka anut masing-masing.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah disampaikan diatas maka dapat diidentifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Penerapan Etika Kerja antara Etnis Muslim Jawa dan China untuk Mewujudkan Keberlanjutan Bisnis Syariah Di Pasar Baru?
2. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mewujudkan keberlanjutan implementasi bisnis syariah, serta apa saja kendala yang dihadapi dalam penerapannya?
3. Bagaimana Kendala dan Solusi Etika Kerja Etnis Muslim Jawa dan China Untuk Mewujudkan Keberlanjutan Bisnis Syariah ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka tujuan penelitian yang dimaksud Untuk:

1. Menjelaskan Penerapan Etika Kerja antara Etnis Muslim Jawa dan China untuk Mewujudkan Keberlanjutan Bisnis Syariah Di Pasar Baru.
2. Menggambarkan Upaya mewujudkan Keberlanjutan Implementasi Bisnis Syariah, Apakah dalam penerapannya terdapat kendala.
3. Mengidentifikasi kendala dan menjelaskan langkah solusi atas kendala Etika Kerja Etnis Muslim Jawa dan China Untuk Mewujudkan Keberlanjutan Bisnis Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Hakikat sebuah penelitian adalah kontribusinya dalam perkembangan ilmu untuk memberikan manfaat-manfaat kepada seluruh umat. Maka dari itu peneliti memberikan kontribusi sebagaimana dijelaskan, berupa manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut deskripsi :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Etika Bisnis Islam, dengan menghadirkan perspektif baru mengenai etika kerja lintas etnis antara Muslim Jawa dan Tionghoa dalam konteks keberlanjutan bisnis syariah. Penelitian ini memperkaya kajian etika kerja dalam lingkungan multikultural, serta membuka ruang bagi pengembangan teori yang mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal dengan prinsip-prinsip

universal dalam bisnis Islam. Temuan ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas peran etika kerja dalam praktik ekonomi berbasis syariah di masyarakat majemuk.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan keberfungsian secara langsung dari hasil penelitian yang dapat digunakan untuk memecahkan problem etika yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Manfaat praktis dari penelitian ini diperuntukan untuk beberapa pihak terkait:

a. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengintegrasikan etika kerja etnis muslim jawa dan china ke dalam kurikulum mahasiswa dapat belajar yang mengenai pentingnya nilai moral dalam bisnis, yang akan mempersiapkan mereka untuk menjadi profesional yang lebih bertanggung jawab.

b. Bagi Instisusi

Hasil Penelitian ini yang menerapkan etika kerja yang kuat akan meningkatkan reputasi mereka di mata masyarakat, sehingga dapat menarik lebih banyak klien dan mitra bisnis yang sejalan dengan nilai-nilai mereka.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi **pedoman bagi pelaku bisnis, masyarakat, dan pembuat kebijakan** dalam memahami pentingnya penerapan etika kerja yang baik dalam

menjalankan bisnis. Etika kerja yang diterapkan secara konsisten tidak hanya memberikan keuntungan bagi perusahaan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat luas, karena bisnis yang beretika cenderung lebih peduli terhadap tanggung jawab sosial, kesejahteraan komunitas, serta keberlanjutan usaha secara jangka panjang.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

a. Etika Kerja

Etika kerja adalah seperangkat nilai, sikap, dan prinsip moral yang menjadi pedoman seseorang dalam menjalankan aktivitas pekerjaan. Dalam konteks penelitian ini, etika kerja merujuk pada sikap dan perilaku kerja yang ditunjukkan oleh pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas ekonomi sehari-hari, seperti disiplin, tanggung jawab, kejujuran, dan semangat kerja.¹⁷

b. Etnis Muslim Jawa dan China

Etnis Muslim Jawa adalah kelompok masyarakat suku Jawa yang memeluk agama Islam dan memiliki nilai-nilai budaya khas Jawa yang berpadu dengan ajaran Islam. Etnis China (Tionghoa) dalam penelitian ini merujuk pada kelompok masyarakat keturunan Tionghoa yang terlibat dalam aktivitas ekonomi di Pasar Lamongan

¹⁷ Jufrizen, *Komitmen Organisasi Dan Kinerja Karyawan Dengan Etika Kerja Sebagai Variabel Moderating*, Medan : UMSUPRESS, 2021, hal. 14

Baru, baik yang beragama Islam maupun non-Islam, namun dalam konteks penelitian difokuskan pada nilai-nilai etika kerja mereka dalam interaksi bisnis syariah.¹⁸

c. Keberlanjutan Bisnis Syariah

Keberlanjutan bisnis syariah adalah kondisi di mana suatu usaha dapat terus berjalan secara konsisten dan bertanggung jawab dengan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah Islam, seperti keadilan, kejujuran, tidak merugikan, dan saling menguntungkan. Dalam konteks ini, keberlanjutan mencakup aspek ekonomi, sosial, dan spiritual yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.¹⁹

2. Penegasan Operasional

Penelitian ini mengkaji konsep **etika kerja** sebagai faktor yang memengaruhi **keberlanjutan bisnis syariah**, dengan fokus pada dua kelompok etnis yang dominan di Pasar Lamongan Baru, yaitu **Muslim Jawa** dan **Tionghoa**. Penegasan konseptual dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana nilai-nilai budaya dan keagamaan membentuk etika kerja masing-masing etnis, dan bagaimana nilai-nilai tersebut diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari yang berbasis syariah. Penelitian ini juga bertumpu pada asumsi bahwa keberlanjutan bisnis tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh integritas moral dan

¹⁸ Nanik Istianingsih, dkk, *Keberlanjutan Bisnis Melalui Kinerja Bisnis, Budaya Adaptif, Inovasi: Digital Marketing Dan Perilaku Manajer*, (Bali : Penerbit Intelektual Manifes Media, 2023), hal. 25-26

¹⁹ Eny Latifah, *Pengantar Bisnis Islam*, (Purwodadi-Grobogan : CV. Sarnu Untung, 2020), hal. 2

etika kerja pelakunya, terutama dalam konteks pasar tradisional yang multikultural.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini di susun dengan menggunakan uraian yang sistematis untuk memudahkan pengkajian dan pemahaman terhadap masalah yang ada. Berikut sistematika dalam penulisan proposal skripsi: ,

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB ini memaparkan tentang penegasan judul, alasan memilih judul, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan metode penelitian. Dengan pendahuluan ini dimaksudkan agar pembaca dapat mengetahui konteks dalam penelitian. Pendahuluan ini berisi tentang hal-hal pokok yang dapat dijadikan pijakan dalam memahami bab-bab selanjutnya. Selain itu, bab ini juga memaparkan alasan peneliti mengangkat tema dan masalah yang akan diteliti nantinya.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada BAB ini memaparkan tentang kumpulan kajian pustaka yang akan dijadikan alat analisa dalam membahas objek penelitian. Selain itu, dalam bab ini juga membahas penelitian terdahulu sebagai pembanding penelitian yang sedang dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada BAB ini memaparkan tentang pendekatan dan jenis penelitian secara maksimal, yang memuat jenis penelitian, sampling, teknik analisis data, sumber data dan variabel dalam penelitian, objek penelitian, metode

pengumpulan data, serta metode penelitian yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada BAB ini memaparkan mengenai hasil penelitian, peneliti memaparkan hasil penelitian yang membahas tentang deskripsi obyek penelitian dan temuan hasil penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Pada BAB ini memaparkan hasil pembahasan penelitian yang diteliti nantinya dengan membandingkan dengan teori maupun studi empiris yang telah dilakukan peneliti lainnya.

BAB VI PENUTUP

Pada BAB ini memaparkan tentang bagian akhir penelitian berupa bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran.