

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perilaku Pedagang

1. Pengertian Perilaku Pedagang

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.¹² Pengertian perilaku pedagang tersusun dari dua kata, yaitu kata perilaku dan pedagang. Perilaku adalah suatu sifat yang ada dalam diri manusia.

Para ahli memiliki pandangan masing-masing tentang Pengertian perilaku ini, berikut daftar pengertian menurut para ahli di bidangnya.

1. Menurut Ensiklopedi Amerika, perilaku diartikan sebagai suatu aksi dan reaksi organisme terhadap lingkungannya, hal ini berarti bahwa perilaku baru akan terwujud bila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan tanggapan yang disebut

¹²Zakiyah dan Bintang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang(Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)*, Jurnal Sociologie, Vol. 1, No. 4, h. 331.

rangsangan, dengan demikian maka suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan perilaku tertentu pula .

2. Menurut Heri Purwanto, perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek tersebut.
3. Menurut Chief, Bogardus, Lapierre, Mead dan Gordon Allport, menurut kelompok pemikiran ini sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara-cara tertentu. Dapat dikatakan bahwa kesiapan yang dimaksudkan merupakan kecenderungan yang potensial untuk bereaksi dengan cara tertentu apabila individu dihadapkan pada suatu stimulus yang menghendaki adanya respon.
4. Menurut Louis Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood, menurut mereka perilaku adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Berarti sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (*favorable*) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (*unfavorable*) pada objek tersebut.¹³
5. Skinner seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap rangsangan dari luar. Skinner membedakan perilaku tersebut menjadi dua jenis proses yang diantaranya ialah *Respondent Respon* atau *Reflexive*, Stimulus semacam ini disebut *electing stimulaton* karena

¹³ Info seputar skripsi, *Konsep Perilaku: Pengertian Perilaku, Bentuk Perilaku dan Domain Perilaku*, <http://www.infoskripsi.com/Free-Resource/Konsep-Perilaku-Pengertian-Perilaku-Bentuk-dan-Domain-Perilaku>.

menimbulkan respon-respon yang relatif tetap. Sedangkan proses yang kedua ialah *Operant Respon* atau *Instrumental Respon*, yakni respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. Perangsang ini disebut *reinforcing stimulus* atau *reinforce* karena dapat memperkuat respon.¹⁴ yakni respon yang ditimbulkan oleh rangsangan rangsangan (stimulus) tertentu.

Dalam kehidupan sehari-hari istilah perilaku disamakan dengan tingkah laku. Menurut Koentjaraningrat dikutip oleh Rokhmad Prastowo yang dimaksud tingkah laku adalah perilaku manusia yang prosesnya tidak terencana dalam gennya atau yang tidak timbul secara naluri saja, tetapi sebagai suatu hal yang harus dijadikan milik dirinya dengan belajar.¹⁵

Perilaku memiliki pengertian yang cukup luas, sehingga mencakup segenap pernyataan atau ungkapan, artinya bukan hanya sekedar perbuatan melainkan juga kata-kata, ungkapan tertulis dan gerak gerik.¹⁶

Dalam buku lain diuraikan bahwa perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. oleh

¹⁴ Anies, *Waspada Ancaman Penyakit Tidak Menular Solusi Pencegahan Dari Aspek Perilaku & Lingkungan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), hal. 11-12

¹⁵ Rokhmad Prastowo, *Karakteristik Sosial Ekonomi dan Perilaku Kerja Perempuan Pedagang Asongan*, *Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret*, 2008, h. 30.

¹⁶ Devos, *Pengantar Etika*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987), 27.

sebab itu, dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. sehingga yang dimaksud perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktifitas manusia dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja dan sebagainya. dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah serangkaian kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar. Menurut Moefad perilaku itu terjadi karena adanya dorongan-dorongan yang kuat dari diri dalam diri seseorang itu sendiri.¹⁵ Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu perlu adanya aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan tersebut, agar tidak ada pihak-pihak yang dieksploitasi, terutama pihak konsumen yang berada pada posisi yang lemah. adapun yang perlu diperhatikan dalam perdagangan adalah perilaku pedagang. Perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek. perilaku juga dapat disebut sebagai tingkah laku seseorang senantiasa didasarkan pada kondisi, yaitu tindakan mengenal

atau memikirkan seseorang terlibat langsung dalam situasi memecahkan masalah.

Perilaku adalah pandangan – pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek. perilaku juga dapat disebut sebagai tingkah laku seseorang senantiasa didasarkan pada kondisi, yaitu tindakan mengenal atau memikirkan seseorang terlibat langsung dalam situasi memecahkan masalah. Salah satu yang mempengaruhi perilaku manusia adalah pendekatan perilaku yang berhubungan dengan psikologi manusia. Behaviorisme (pendekatan perilaku) adalah pendekatan yang sangat bermanfaat untuk menjelaskan persepsi interpersonal, konsep diri, eksperimen, sosialisasi serta ganjaran dan hukuman.

Yang dimaksud perilaku dalam penelitian ini adalah segala tingkah laku yang diterapkan oleh pedagang di pasar tradisional yang menjalankan aktivitas berdagang. Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan .

Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu :

a. Pedagang besar/ distributor/ agen tunggal

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

b. Pedagang menengah/ agen/ grosir

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

c. Pedagang eceran/ pengecer

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.¹⁷

Dari beberapa definisi di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksud perilaku pedagang adalah suatu tanggapan atau reaksi pedagang terhadap rangsangan atau lingkungan yang ada di sekitar. Perilaku pedagang juga merupakan sebuah sifat yang dimiliki oleh setiap orang pedagang, untuk menangkap reaksi yang telah diberikan oleh lingkungan terhadap keadaan yang telah terjadi sekarang (Al-Bara, “Analisis Perilaku Pedagang Terhadap Inflasi”).¹⁸

Banyaknya perilaku pedagang, mengakibatkan juga banyaknya tanggapan tentang apa yang terjadi. Perilaku pedagang juga akan mempengaruhi harga yang ada pada pasar, terkait dengan apa yang telah disajikan oleh pemerintah atau isu yang telah berkembang. Semisal, tanggapan pedagang biasanya akan bereaksi apabila adanya isu tentang kenaikan premium yang sebelumnya hanya isu berkembang. Adanya isu tersebut, mengakibatkan reaksi terhadap pedagang untuk langsung menaikkan harga barang dagangannya, sebelum ada pengumuman resmi

¹⁷ *Ibid.*,

¹⁸ Al Bara, *Pengaruh Perilaku Pedagang...*, hal. 248.

dari pemerintah tentang kenaikan harga premium. Hal di ataslah yang dinamakan reaksi pedagang dalam mengambil keputusan, dan hal tersebutlah yang dinamakan adanya reaksi atau perilaku pedagang yang diambil pada isu kekinian.

Indikator - indikator yang mempengaruhi perilaku pedagang

Ada beberapa indikator-indikator yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang yang diantaranya ialah:

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.¹⁹

b) Kualitas barang/produk

Kualitas barang/produk yaitu tingkat baik buruknya atau taraf dari suatu produk. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat yang dideskripsikan di 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 di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

c) Keramahan

secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah juga dimaknai sebagai baik hati dan menarik

¹⁹ Sophar Simanjuntak Ompu Manuturi, *Fuklor Batak Toba*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor, 2015), hal. 23

budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain.

d) Penepatan Janji

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

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 saksama. Jangan sekali-kali menginterupsi pembicaraannya

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 pelanggannya.

g) Persaingan Sesama Pedagang

Persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antar pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan

menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membelanjakan atau membeli suatu barang dagangan.

h) Pembukuan Transaksi

Pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan yang meliputi harta, kewajiban, modal, penghasilan dan biaya, serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan laporan keuangan atau neraca dan laporan laba maupun rugi. Sebagai pedagang diharuskan untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan.

2. Perilaku Pedagang

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk kepada norma-norma moral yang terdapat pada masyarakat.²⁰

Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai

²⁰Damsar, *Sosioologi Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), 41.

yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.²¹

Perilaku pedagang harus mengetahui hal-hal yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pembeli dengan melalui proses pertukaran. Proses pertukaran melibatkan kerja, penjual harus mencari pembeli, menemukan dan memenuhi kebutuhan pembeli, merancang produksi yang tepat, menentukan harga yang tepat, menyimpan dan mengangkutnya, mempromosikan produk tersebut, menegosiasikan dan sebagainya, semua kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh pembeli yang lebih banyak dan dagangan agar cepat terjual.

Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebajikan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep falah yang terdapat dalam Al Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai falah, aktifitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral. Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya

²¹Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)*, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 1 No.1 Januari- Juni 2014, h. 13.

dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral.²²

Yusuf Qardawi, dalam bukunya norma dan etika ekonomi Islam secara tegas telah memisahkan antara nilai-nilai dan perilaku dalam perdagangan. Di antara norma-norma atau nilai-nilai syariah itu adalah sebagai berikut:²³

- a. Menegakkan 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 cara apa saja untuk memudahkan peredarannya.

- b. Bersikap benar, amanah, dan jujur.

Perilaku yang dimaksud benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah bagian dari pada sikap munafik. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi

²²Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1996), 5

²³*Ibid.*, 6.

hak orang lain, baik berupa harga atau upah. Jujur, selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.

Perilaku dari nilai ini diantaranya adalah tidak melakukan bai'y gharar (jual beli yang mengandung ketidakjelasan), tidak bertransaksi dengan lembaga riba, menyempurnakan timbangan dan takaran, tidak melakukan penimbunan barang dengan tujuan mempermainkan harga, bersegera dalam membayar hutang kalau sudah tiba waktunya, melakukan pencatatan terhadap semua transaksi usaha, dan membayar gaji karyawan tepat waktu.

d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.

Kasih sayang dijadikan Allah lambang dari risalah Muhammad SAW. Islam ingin menegakkan dibawah naungan norma pasar. Kemanusiaan yang besar menghormati yang kecil, yang kuat membantu yang lemah, yang bodoh belajar dari yang pintar, dan manusia menentang kezaliman. Oleh sebab itu, Islam mengharamkan monopoli, satu unsur yang berlaku dalam paham kapitalis disamping riba. Yang dimaksud monopoli ialah menahan barang dari perputaran di pasar sehingga harganya naik. Di antara

perilaku yang berhubungan dengan nilai ini adalah tidak mengusur pedagang lain, tidak monopoli, dan tidak menjelek-jelekkkan bisnis orang lain.

e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.

Salah satu moral terpuji ialah sikap toleran dan menjauhkan faktor eksploitasi. Tindakan eksploitasi banyak mewarnai dunia perdagangan, terutama perdagangan yang berada dibawah naungan kapitalis. Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak-hak orang lain demi terpeliharanya persaudaraan. Jika individu dalam sistem kapitalis tidak mengindahkan hal-hal yang berkaitandengan etika seperti tidak mengindahkan perasaan orang lain, tidak mengenal akhlak dalam bidang ekonomi, dan hanya mengejar keuntungan, maka sebaliknya, Islam sangat memperhatikannya. Islam menganjurkan kepada pedagang agar mereka bersedekah semampunya untuk membersihkan pergaulan mereka dari tipu daya, sumpah palsu dan kebohongan.

f. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

Bekal Pedagang Menuju Akherat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan ialah, meskipun seorang muslim telah meraih keuntungan jutaan dolar lewat perdagangan dan transaksi, ia tidak lupa kepada Tuhannya. Ia tidak lupa menegakkan syariat agama, terutama shalat yang merupakan hubungan abadi antara manusia dan

Tuhannya. Perilaku yang berhubungan dengan nilai ini diantaranya adalah tidak bertransaksi pada waktu shalat jumat, tidak meninggalkan shalat/tidak melalaikan diri dari ibadah, niat yang lurus, selalu ingat kepada Allah dalam berdagang, mengukur waktu berdagang dan puas dengan keuntungan yang diperoleh, menghindari syubhat, dan membayarkan zakat.

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Secara etimologi (bahasa) “etika “ berasal dari kata bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, “ethos” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, ta etha berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak.²⁴

Dalam al-Quran etika berasal dari kata khuluq yang berarti kebiasaan atau perangai.²⁵ Etika menurut terminologi merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Di sini etika dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya

²⁴ Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 173.

²⁵

dalam berperilaku.²⁶ Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.²⁷

Dengan demikian ada persamaan antara etika dan moralitas. Moralitas berasal dari bahasa latin “Mos’ yang dalam bentuk jamaknya „Mores’ berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi, pengertian pertama secara harfiahnya, etika dan moralitas, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.²⁸ Namun ada pula perbedaannya yaitu etika berkaitan dengan kelakuan manusia, atau dapat dikatakan bahwa etika adalah ilmu kritis yang mempertanyakan dasar rasionalitas sistem-sistem moralitas yang ada. Dengan kata lain etika bersifat teori, sedangkan moralitas adalah sistem nilai mengenai bagaimana manusia harus hidup secara baik sebagai manusia.²⁹ Dengan kata lain moralitas lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum(universal) sedangkan moral bersifat lokal, lebih khusus.³⁰ Menurut Magnis Susno yang dikutip oleh Johan Arifin berpendapat bahwa etika adalah sebuah ilmu dan bukan ajaran. Yang memberi kita norma tentang bagaimana

²⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 4.

²⁷ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3.

²⁸ Agus arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 5.

²⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 9

³⁰ Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 1994 h.51

kita harus hidup adalah moralitas. Sedangkan etika justru melakukan refleksi kritis atau norma atau ajaran moral tertentu. Moralitas adalah petunjuk konkret yang siap pakai tentang bagaimana kita harus hidup. Sedangkan etika adalah perwujudan dan pengejawantahan secara kritis dan rasional ajaran moral yang siap pakai itu. Keduanya mempunyai fungsi yang sama, yaitu memberi kita orientasi bagaimana dan kemana kita harus melangkah dalam hidup ini. Tetapi bedanya, moralitas langsung mengatakan kepada kita.³¹

Berdasarkan beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika merupakan tata cara perilaku manusia dalam melakukan kegiatan yang mana kegiatan yang dilakukan oleh manusia menunjukkan perbuatan yang baik maupun buruk, dan saling berhubungan antara satu dengan yang lain.

2. Pengertian Bisnis

Kata “bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.³² Kata bisnis dalam al-Quran biasanya yang digunakan *al-tijarah*, *al-bai’*. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah* yang bermakna berdagang atau berniaga yang artinya pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Ia merupakan sebuah nama yang mencakup pengertian terhadap kebalikannya yakni

³¹*Ibid.*, 9-10

³²Arifin, *Etika ...*, 20.

al-syira' (membeli). Demikianlah *al-bai'* sering diterjemahkan dengan “jual beli”.³³

Menurut Heri Suhendi jual beli adalah perjanjian tukar menukar barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian yang dibenarkan syara“ dan disepakati.³⁴ Bisnis terdapat dua pengertian pokok mengenai bisnis, pertama, bisnis merupakan kegiatan-kegiatan. Dan kedua, bisnis merupakan sebuah perusahaan. Para ahli pun mendefinisikan bisnis dengan cara berbeda. Definisi Raymond E. Gos seperti yang dikutip Husein Umar, dianggap memiliki cakupan yang paling luas, yakni:

“Bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka...”³⁵

Menurut Skinner sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat.³⁶ Menurut Hughes Dab Kapoor, bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Brown dan Petrello, bisnis

³³Heri Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 68.

³⁴Ghufroon A. Mas“adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 119.

³⁵Husein Umar, *Business an Introduction*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 3.

³⁶Arifin, *Etika ...*, 20.

yaitu suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Secara ringkas dapat dinyatakan bahwa bisnis suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan orang lain atau dalam masyarakat.³⁷

Menurut Buchari Alma, bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.³⁸

Berbisnis merupakan salah satu jenis pekerjaan yang saat ini sedang marak menjadi perbincangan. Bisnis tidak bisa lepas dari kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jadi, bisnis merupakan tindakan individu dan sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bisnis adalah suatu kegiatan tukar menukar barang atau jasa yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhannya dan memperoleh keuntungan melalui kegiatan tersebut.

3. Etika Bisnis Islami

Sebelum berbicara tentang etika bisnis Islami lebih jauh, perlu diketahui tentang etika bisnis. Etika bisnis adalah studi yang

³⁷ Buchari Alma, *Ajaran ...*, 18.

³⁸ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfa Beta, 1993), 3.

dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi.³⁹

Menurut Muslich etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penetapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.⁴⁰

Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat the

³⁹Veithzal Rival, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), 4.

⁴⁰Muslich, *Etika Bisnis Islami*. (Yogyakarta: Ekonesia, 2004), 9.

right thing yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.⁴¹

Etika bisnis (*business ethic*) merupakan pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penerapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.⁴²

Etika bisnis merupakan penerapan nilai-nilai standar-standar moral dalam kebijakan, kelembagaan dan perilaku bisnis yang penerapannya akan dapat meningkatkan profitabilitas jangka panjang dan *good will* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan.⁴³

Etika bisnis Islam merupakan penerapan sikap dan perilaku yang simpatik, selalu bersikap bersahabat dengan orang lain, dan orang lain pun dengan mudah bersahabat dan bermitra dengannya.⁴⁴ Dalam konteks bisnis perusahaan, penerapan etika bisnis dihadapkan dengan masalah-masalah yang meliputi proses, people dan teknologi. Pada tataran prosesnya, etika bisnis berhadapan dengan masalah-masalah klasik seperti jaringan, kualitas, dan persaingan. Bisnis bukanlah dunia yang berdiri sendiri dan terpisah dari masyarakat. Bisnis membutuhkan masyarakat dan masyarakat membutuhkan bisnis. Karena itu kehidupannya tidak terlepas dari

⁴¹Arifin, *Etika ...*, 22.

⁴²Amirullah dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hal. 37.

⁴³Muhammad, Fauroni, R. Lukman, *Visi Al Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hal. 100.

⁴⁴Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hal. 76.

eksistensi keseluruhan masyarakat dengan seluruh atribut dan simbol-simbol yang melekat pada masyarakat.

Bisnis tidak terpisah dari etika dikarenakan bisnis tidak bebas nilai, bisnis merupakan bagian dari sistem sosial, aplikasi etika bisnis identik dengan pengelolaan bisnis secara professional. Perkembangan bisnis atau perusahaan, baik sebagai akibat maupun sebagai salah satu sebab perkembangan politik, ekonomi sosial maupun teknologi serta aspek lingkungan di sekitarnya, jika selama ia berinteraksi dan menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat yang membutuhkannya, maka bisnis atau perusahaan itu harus menyadari akan tanggung jawab sosial dengan segala dengan segala aspeknya. Agar suatu perusahaan atau bisnis dapat mencapai tujuannya serta kontinyu dengan dukungan masyarakat luas, maka manajemen perusahaan harus menjaga efektivitas interaksi yang berlangsung antara perusahaan dan konsumen dan stakeholdernya dengan cara-cara yang berdasarkan nilai-nilai dan norma-norma etika bisnis.⁴⁵

Pada hakikatnya etika merupakan bagian integral dalam bisnis yang dijalankan secara professional. Dalam jangka panjang, suatu bisnis akan tetap berkesinambungan dan secara terus-menerus benar-benar menghasilkan keuntungan, jika dilakukan atas dasar kepercayaan dan kejujuran. Demikian pula suatu bisnis dalam perusahaan akan berlangsung bila bisnis itu dilakukan dengan memberi perhatian kepada semua pihak dalam perusahaan. Inilah sebagian dari tujuan etika bisnis, yaitu agar semua

⁴⁵*Ibid*, hal.102

orang yang terlibat dalam bisnis mempunyai kesadaran tentang adanya dimensi etis dalam bisnis itu sendiri dan agar belajar bagaimana mengadakan pertimbangan yang baik secara etis maupun ekonomis.

Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dan penghidupan.⁴⁶ Dawam Rahardjo yang dikutip oleh Buchari Alma mengungkapkan kegiatan bisnis sebagai tanggung jawab manusia terhadap Tuhan mengutipnya dari ajaran Islam. Kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusny Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak.⁴⁷ Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup husnul khuluq. Pada derajat ini Allah akan melapangkan hatinya, dan akan membukakan pintu rezeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut, akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis. Salah satu dari akhlak yang baik dalam bisnis Islam adalah kejujuran. Sebagian dari makna kejujuran adalah “seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya Tetapkanlah kejujuran karena sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan mengantarkan kepada surga”.⁴⁸

⁴⁶Ketut Rindjin, *Pengantar Perbankan Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta : Gramedia, 2000), hal. 57.

⁴⁷Buchari Alma, *Ajaran Bisnis Dalam Islam*, (Bandung; Alfabeta, 1994), hal. 78

⁴⁸As.Mahmoedin, *Etika Bisnis Perbankan*, (Jakarta: Sinar Harapan, 1994), hal. 67.

Akhlak yang lain adalah amanah, Islam menginginkan seorang pebisnis muslim mempunyai hati yang tanggap, dengan menjaganya melalui pemenuhan hak-hak Allah dan manusia, serta menjaga muamalahnya dari unsur yang melampaui batas atau sia-sia.⁴⁹ Seorang pebisnis muslim adalah sosok yang dapat dipercaya, sehingga ia tidak menzholimi kepercayaan yang diberikan kepadanya "Tidak ada iman bagi orang yang tidak punya amanat (tidak dapat dipercaya), dan tidak ada agama bagi orang yang tidak menepati janji", "pedagang yang jujur dan amanah (tempatnyanya di surga) bersama para nabi, *shiddiqin* (orang yang jujur) dan para syuhada"⁵⁰.

Sifat toleran juga merupakan kunci sukses pebisnis muslim, toleran membuka kunci rezeki dan sarana hidup tenang. Manfaat toleran adalah mempermudah pergaulan, mempermudah urusan jual beli, dan mempercepat kembalinya modal.⁵¹

Etika bisnis Islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Oleh karenanya, bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT. Oleh karena itu, pada prinsipnya pengetahuan akan etika bisnis dalam pandangan Islam

⁴⁹Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Mu`amalat*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hal. 96.

⁵⁰M.Umer Chafra, *Al-Qur'an Menuju Sistem Moneter Yang Adil*, terj.Lukman Hakim, (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), hal. 75

⁵¹Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Al-Kaustar, 2000), hal. 94.

mutlak harus dimiliki oleh setiap para pebisnis/ pedagang terutama pebisnis/pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha yang sekarang telah memasuki era globalisasi untuk menghindari diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah SWT.

4. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. Pertama, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyalurkan dan menyalurkan 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 bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al Quran dan sunnah.⁵²

5. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

⁵² Arifin, *Etika...*, 76.

Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya).⁵³ Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku etika bisnis. Maka prinsip-prinsip dapat dirinci dengan kategori yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Prinsip Unity (Tauhid)

Menurut Syed Nawab Naqwi R. Lukman Fauroni, kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu homogeneous whole atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.⁵⁴

Konsep tauhid (dimensi vertikal) 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 lainnya.⁵⁵ Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan

⁵³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 896 .

⁵⁴ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), h. 144

⁵⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 89.

dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sifat Raqib (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.⁵⁶

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal sebagai berikut:⁵⁷ *Pertama*, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. *Kedua*, menghindari terjadinya praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. *Ketiga*, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda.

b. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ Equilibrium)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.⁵⁸ Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (Equilibrium) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya.

⁵⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), 13.

⁵⁷ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 15-16

⁵⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), 55

Keseimbangan atau menggambarkan dimensi horizontal ajaran islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan yang kita liat di alam semesta merefleksikan konsep keseimbangan yang rumit ini.⁵⁹ Tatanan ini pula yang dikenal dengan sunnatullah.⁶⁰

Sifat kesetimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan sikap kesetimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah SWT dengan menyebut umat Islam sebagai ummatan wasatan.⁶¹ Untuk menjaga keseimbangan antara mereka yang berpunya dan mereka yang tak berpunya, Allah SWT menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai stakeholder dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas,

⁵⁹ *Ibid*, 36.

⁶⁰ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis ...*, 146.

⁶¹ Muhammad

Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam ...*, 147

dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.⁶²

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Dengan demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan pikir kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia melainkan bagi menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia menjadi khalifah.

c. Prinsip Kehendak Bebas (ikhtiar/free will)

Manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.

⁶² Muhammad, *Etika ...*, 56.

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja memperlakukannya. Islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak mana pun untuk menentukan harga, kecuali dan hanya kecuali adanya kondisi darurat.

Konsep ini dalam aktivitas ekonomi mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam dengan adanya larang bentuk monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu. Manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini memang dibekali potensi kehendak bebas dalam melakukan apa saja demi mencapai tujuannya lebih dari itu potensi kebebasan yang telah dianugerahkan Allah hendaknya dijadikan sebagai sarana untuk mengarahkan serta membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai aturan-aturan syari'ah. Berdasarkan hal tersebut, kemudian berkehendak atau berlaku bebas

dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan ini, tak terkecuali dalam dunia perekonomian khususnya bisnis.

d. Prinsip Pertanggungjawaban (responsibility)

Dalam dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.⁶³ Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu menciptakan satu kehidupan yang dinamis dalam masyarakat.

e. Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baikseakan-akan melihat Allah, jika tidak

⁶³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 144

mampu yakinlah bahwa Allah melihat.⁶⁴ Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati (leniency) dapat terkait dengan keihsanan. Jika diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain.

Dalam sebuah kerajaan bisnis, terdapat sejumlah perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis:⁶⁵

- 1) Kemurahan hati (leniency)
- 2) Motif pelayanan (service motives)
- 3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

C. Perilaku Dagang Menurut Islam

Perilaku adalah tingkah laku manusia yang prosesnya tidak terencana dalam gennya atau yang tidak timbul secara naluri saja, tetapi sebagai suatu hal yang harus dijadikan milik dirinya dengan belajar.⁶⁶ Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.⁶⁷ Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari.

⁶⁴ Rafik Issa,...h.

⁶⁵ Achmad Charris Zubbir, *Kuliah Etika*, (Jakarta: Rajawali Press,1995),

⁶⁶Rokmad Prastowo, *Karakteristik Sosial Ekonomi dan Perilaku Kerja Perempuan Pedagang Asongan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas* Sebelas Maret, 2008, h. 30.

⁶⁷ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, (Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2014), 231

Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.⁶⁸

Perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Pedagang juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi pedagang tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.⁶⁹ Pada hakikatnya etika merupakan bagian integral dalam bisnis yang dijalankan secara professional. Dalam jangka panjang, suatu bisnis akan tetap berkesinambungan dan secara terus-menerus benar-benar menghasilkan keuntungan, jika dilakukan atas dasar kepercayaan dan kejujuran. Demikian pula suatu bisnis dalam perusahaan akan berlangsung bila bisnis itu dilakukan dengan memberi perhatian kepada semua pihak dalam perusahaan. Inilah sebagian dari tujuan etika bisnis, yaitu agar semua orang yang terlibat dalam bisnis mempunyai kesadaran tentang adanya dimensi etis dalam bisnis itu sendiri dan agar belajar bagaimana mengadakan pertimbangan yang baik secara etis maupun ekonomis.

⁶⁸ C.S.T. Kansil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 15.

⁶⁹Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)*, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 1 No.1 Januari- Juni 2014, h. 13.

Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dan penghidupan.⁷⁰ Dawam Rahardjo yang dikutip oleh Buchari Alma mengungkapkan kegiatan bisnis sebagai tanggung jawab manusia terhadap Tuhan mengutipnya dari ajaran Islam. Kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusnya Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak.⁷¹ Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup husnul khuluq. Pada derajat ini Allah akan melapangkan hatinya, dan akan membukakan pintu rezeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut, akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis. Salah satu dari akhlak yang baik dalam bisnis Islam adalah kejujuran. Sebagian dari makna kejujuran adalah “seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya Tetapkanlah kejujuran karena sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan mengantarkan kepada surga”.⁷²

Perilaku berdagang menurut Islam harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Aktivitas Bisnis yang Terlarang dalam Syariah

Islam memberikan kebebasan bagi setiap individu untuk memiliki, memproduksi, dan mengonsumsi. Setiap individu bebas untuk berjual beli

⁷⁰Ketut Rindjin, *Pengantar Perbankan Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta : Gramedia, 2000), hal. 57.

⁷¹Buchari Alma, *Ajaran Bisnis Dalam Islam*, (Bandung; Alfabeta, 1994), hal. 78

⁷²As.Mahmoedin, *Etika Bisnis Perbankan*, (Jakarta: Sinar Harapan, 1994), hal. 67.

dan menentukan harga dengan berbagai macam nilai nominal, tetapi dengan syarat tidak bertentangan dengan kepentingan umum. Setiap individu memiliki kebebasan dalam mengembangkan hartanya dengan cara yang baik, tetapi harus meninggalkan praktik perdagangan yang diharamkan.⁷³

Adapun yang harus dihindari adalah sebagai berikut:

a. Gharar

Secara istilah Gharar berarti mengambil resiko dari suatu perbuatan yang mengandung resiko tanpa mengetahui dengan persis apa akibatnya, atau memasuki kancah resiko tanpa memikirkan konsekuensinya. Transaksi ini bisa terjadi dalam beberapa bentuk, yaitu: gharar dalam kuantitas (sistem ini lebih dikenal dengan sistem ijon), gharar dalam kualitas, gharar dalam harga dan gharar dalam waktu penyerahan. Beragam bentuk gharar tersebut dilarang oleh Islam.

b. Mempermainkan harga

Persaingan dan kompetisi adalah hal wajar dengan catatan dilakukan secara *fair*. Islam telah memberi tuntunan bagaimana bersaing secara *fair*. Salah satunya adalah dalam persoalan menentukan harga.

c. Mematikan Pedagang Kecil

⁷³ Ahmad Izzan dan Syahri Tanjung, *Referensi Ekonomi Syariah: Ayat-ayat Al-Qur'an yang Berdimensi Ekonomi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hal. 34.

Kesejahteraan umat secara keseluruhan adalah tipikal agama Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin*. Dalam konteks mu'amalah pun Al-Qur'an dengan tegas menjelaskan tentang larangan mematikan pedagang kecil. Larangan tersebut dijelaskan dalam surat Al-Hasyr ayat 7 sebagai berikut:

...لَا يَكُونُ دُولَةٌ بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمْ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

"Supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya".⁷⁴ (QS. AL-Hasyr: 7)

Berdasarkan ayat di atas bisa dinyatakan bahwa pemerataan kesejahteraan adalah sesuatu yang harus dilakukan dan dipelihara. Oleh karena itu bisnis besar tidak seharusnya mematikan bisnis kecil. Rasulullah SAW mengajarkan agar memelihara keseimbangan bisnis orang kota (konglomerat) dan bisnis orang desa (pedagang kecil dan kaki lima).

d. Menjual Sesuatu yang Haram

Menjual barang haram maka hukum jual beli itu adalah haram. Menjual atau membeli, menstransfer, atau melakukan praktek apapun untuk memudahkan sirkulasi barang haram. Nabi SAW telah melaknat khamar, peminum, penuang, penjual, pembeli, penyuling, orang yang

⁷⁴Departemen Agama RI., *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, hal. 916.

meminta disulingkan, pembawa, yang dibawakan kepadanya dan yang memakan hasil penjualannya. Penjual atau pedagangnya lebih berbahaya dan lebih jahat dari konsumennya karena kebanyakan mereka menjadi korban kebodohan dalam menghadapi tipu daya para pengedar yang memasang jaring perangkap kepada mereka.

Semakin besar bahaya sesuatu semakin keras pula keharamannya dan dosanya, terutama hal yang membahayakan manusia baik terhadap tubuh, akal maupun jiwanya. Termasuk kategori ini adalah makanan dan minuman yang rusak yang telah habis masa berlakunya atau tidak layak menjadi makanan manusia. Barang-barang lainnya yang termasuk diharamkan adalah “barang-barang informatif” yang menjajakan pemikiran yang cemar dan mainan jorok, yang memasarkan seni budaya beracun di film-film, serial televisi, berbagai bentuk nyanyian, dan gambar-gambar visual baik dalam surat kabar, majalah, buku-buku dan media masa lainnya yang dapat dibaca, didengar, atau disaksikan. Semua ini lebih berbahaya dari makanan yang mematikan, minuman yang tercemar dan obat-obat bius yang membunuh karena makanan dan minuman yang haram hanya berpengaruh pada jasad sedangkan barang-barang informatif ini berpengaruh pada akal dan jiwa.⁷⁵

e. Melakukan Sogok (*Riswah*)

⁷⁵ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian*, (Jakarta: Robbani Press, 2001), hal. 289-292.

Memberikan sejumlah uang dengan maksud memperoleh keuntungan atau kebijakan yang berbeda adalah masuk dalam kategori suap. Allah dengan tegas melarang praktik ini.⁷⁶

f. *Partnership yang Invalid* (kerja sama yang tidak sah)

Semua bentuk pelanggaran terhadap prosedur-prosedur dan atau melakukan syarat yang tidak dihalalkan akan menjadikan *partnership* (kerja sama) itu menjadi sesuatu yang tidak sah. Islam tidak mengakui bentuk kerjasama yang tidak memiliki liabilitas, yakni sebuah bentuk kerjasama dimana seseorang tidak memberikan kontribusi apapun baik dalam modal, kerja dan manajemen.

Seseorang tidak bisa dinyatakan sebagai partner yang sah dalam sebuah bisnis hanya dengan menempatkan namanya demi mendapatkan hak dagang atau lisensi produksi. Mengambil keuntungan dengan hanya menempelkan nama, adalah sebuah tindakan yang tidak bermoral dan tidak sah secara hukum.⁷⁷

2. Aktivitas Bisnis yang Dianjurkan Syari'ah

Islam sebagai agama yang telah sempurna sudah barang tentu memberikan rambu-rambu dalam melakukan transaksi, istilah *al-tijarah*, *al-bai' u*, *tadayantum* dan *isyara* yang disebutkan dalam al-Qur'an sebagai pertanda bahwa Islam memiliki perhatian yang serius tentang dunia usaha

⁷⁶ Muhammad Azizi Hakim, et.all., *Dasar dan...*, hal. 44.

⁷⁷ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), hal. 142.

atau perdagangan. Dalam menjalankan usaha dagangnya tetap harus berada dalam rambu-rambu tersebut.

a. Kejujuran

Sesuatu yang dipercayakan kepada seseorang, baik harta, ilmu pengetahuan, dan hal-hal yang bersifat rahasia yang wajib diperlihara atau disampaikan kepada yang berhak menerima, harus disampaikan apa adanya tidak dikurangi atau ditambah-tambahi. Orang yang jujur adalah orang yang mengatakan sebenarnya, walaupun terasa pahit untuk disampaikan.

Sifat jujur atau dapat dipercaya merupakan sifat terpuji yang disenangi Allah, walaupun disadari sulit menemukan orang yang dapat dipercaya. Kejujuran adalah barang mahal. Lawan dari kejujuran adalah penipuan. Dalam dunia bisnis pada umumnya kadang sulit untuk mendapatkan kejujuran. Laporan yang dibuat oleh akuntan saja sering dibuat rangkap dua untuk mengelak dari pajak.⁷⁸

b. Keadilan

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku zhalim. Rasulullah diutus Allah untuk menegakkankeadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis

⁷⁸ Khoiruddin Nasution, *Riba Dan Poligami: Sebuah Studi atas Pemikiran Muhammad Abduh*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1996), hal. 79

adalah kepercayaan. Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan.⁷⁹

Berbisnis dengan cara yang curang menunjukkan suatu tindakan yang nista, dan hal ini menghilangkan nilai kemartabatan manusia yang luhur dan mulia. Dalam kenyataan hidup, orang yang semula dihormati dan dianggap sukses dalam berdagang, kemudian ia terpuruk dalam kehidupannya, karena dalam menjalankan bisnisnya penuh dengan kecurangan, ketidakadilan dan menzalimi orang lain.

c. Bersahabat dengan Lingkungan

Pelaku bisnis yang berhati mulia, pasti akan manabur hikmat di tengah-tengah kehidupan manusia. Tidak hanya teman dan saudara, semua manusia dan lingkungan menjadi ladang untuk beramal. Di tangan pelaku bisnis sebuah bangsa menyongsong nasib, dan menyerahkan keselamatan lingkungan, baik lingkungan keuangan fisik maupun lingkungan sosial. Di sinilah posisi kunci dalam kehidupan bisnis dan merekalah yang menjadi bagian dari penyelamat lingkungan.⁸⁰

⁷⁹ Ketut Rindjin, *Pengantar Perbankan dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta: Gramedia, 2000), hal. 89

⁸⁰ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 57

Karena itu pelaku bisnis yang baik adalah mereka yang bersahabat dengan lingkungan sosial dan lingkungan fisik yang dimiliki manusia, termasuk hutan dan sumber daya yang menjadi tanggung jawabnya. Masa depan bangsa yang sukses sangat tergantung pada pengelolaan bumi dan segala isinya. Kelengahan pelaku bisnis akan berakibat fatal bagi siapapun di bumi dimana bisnis dibangun dan dikembangkan.

Keberadaan organisasi bisnis dapat dipisahkan dengan lingkungan di mana berada. Lingkungan sangat mempengaruhi keberadaan organisasi bisnis tersebut.⁸¹ Secara umum lingkungan organisasi bisnis dapat dikelompokkan menjadi lingkungan umum (*general environment*) dan lingkungan khusus (*special environment*).⁸² Lingkungan umum adalah lingkungan yang mempertimbangkan kondisi budaya, ekonomi, hukum-politik, dan pendidikan yang mempengaruhi organisasi.⁸³ Sementara lingkungan khusus adalah lingkungan yang berhubungan dengan keadaan organisasi dan individu yang ada dalam interaksinya dengan organisasi yang bertujuan menjaga kelangsungan perusahaan.⁸⁴

Adanya lingkungan perusahaan ini dapat mempengaruhi perusahaan dalam persaingannya dengan perusahaan lain. Khususnya

⁸¹Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2011), hal. 19

⁸²John R. Schermerhorn, *Management* 5th edition, (New York: John Wiley & Sons, Inc, 1995), hal. 58.

⁸³*Ibid.*

⁸⁴*Ibid.*

dengan lingkungan khusus, maka perusahaan perlu memperhatikan dampak apa yang ditimbulkan terhadap lingkungan tersebut.

d. Menghargai waktu

Seorang yang beretos kerja Islami sangat menghargai waktu. Satu detik berlalu tak mungkin lagi kembali.⁸⁵ Bagi mereka yang mampu mengelola waktu dengan baik, maka ia akan memperoleh optimalisasi dalam kehidupan. Seorang pebisnis syariah yang memahami hukum kausalitas pasti akan menggunakan dan memanfaatkan waktunya dengan sebaik-baiknya, sebaliknya mereka yang suka bermalas-malas, membuang-buang waktu pada hakekatnya adalah orang yang berjiwa kerdil, pengecut menghadapi tantangan, tidak memiliki tanggung jawab dan kehilangan orientasi untuk menatap masa depan yang gemilang.

e. Barang atau produk yang dijual haruslah barang yang halal, baik dari segi zatnya maupun cara mendapatkannya. Berbisnis dalam Islam boleh dengan siapapun dengan tidak melihat agama dan keyakinan dari mitra bisnisnya, karena ini persoalan mu'amalah duniawiyah, yang penting barangnya halal.

Halal dan haram adalah persoalan prinsipil. Memperdagangkan atau melakukan transaksi barang yang haram, misalnya alkohol, obat-obatan terlarang, dan barang yang *gharar* dilarang dalam Islam.⁸⁶ Di

⁸⁵M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Presssindo, 2014), hal. 81

⁸⁶Haidar Baqir, *Era Baru Manajemen Etis, Kumpulan Surat Dari Harvard*, (Bandung : Mizan, 1995), hal. 46

bawah ini adalah tabel tentang prinsip-prinsip halal dan haram dalam Islam, adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Prinsip Halal dan Haram⁸⁷

No	Prinsip Halal dan Haram
1.	Prinsip dasarnya adalah diperbolehkan segala sesuatu.
2.	Untuk membuat absah dan untuk melarang adalah hak Allah semata.
3.	Melarang yang halal dan menbolehkan yang haram sama dengan syirik.
4.	Larangan atas segala sesuatu didasarkan atas sifat najis dan melukai.
5.	Apa yang halal adalah yang diperbolehkan, dan yang haram adalah yang dilarang.
6.	Apa yang mendorong pada yang haram adalah juga haram.
7.	Menganggap yang haram sebagai halal adalah dilarang.
8.	Niat yang baik tidak membuat yang haram bisa diterima.
9.	Hal-hal yang meragukan sebaiknya dihindari.
10.	Yang haram terlarang bagi siapapun. Keharusan menentukan adanya pengecualian.

Secara umum Islam menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu. Nilai-nilai dasar etika bisnis dalam Islam adalah tauhid, khilafah, ibadah, tazkiyah dan ihsan. Dari nilai dasar ini dapat diangkat ke prinsip umum tentang keadilan, kejujuran, keterbukaan (transparansi), kebersamaan, kebebasan, tanggung jawab dan akuntabilitas. Semua ini akan lebih mudah dipahami dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 2 Nilai Dasar dan Prinsip Umum Etika Bisnis Islami⁸⁸

Nilai Dasar	Prinsip Umum	Pemaknaan
Tauhid	Kesatuan dan	1. Integrasi antar semua bidang kehidupan,

⁸⁷Muhammad dan R. Luman Faurani, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), hal. 132.

⁸⁸Maryadi dan Syamsuddin (ed.), *Agama Spiritualisme dalam Dinamika Ekonomi Politik*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2001), hal. 213-214.

	Integrasi Kesamaan	agama, ekonomi, dan sosial-politik-budaya. 2. Kesatuan antara kegiatan bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah. 3. Kesatuan pemilikan manusia dengan pemilikan Tuhan. Kekayaan (sebagai hasil bisnis) merupakan amanah Allah, oleh karena itu didalam kekayaan terkandung kewajiban sosial. 4. Tidak ada diskriminasi diantara pelaku bisnis atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama.
Khilafah	Intelektualitas Kehendak Bebas Tanggungjawab dan Akuntabilitas	1. Kemampuan kreatif dan konseptual pelaku bisnis yang berfungsi membentuk, mengubah dan mengembangkan semua potensi kehidupan alam semesta menjadi sesuatu yang konkret dan bermanfaat. 2. Kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar, sesuai dengan parameter ciptaan Allah. 3. Kesiediaan pelaku bisnis untuk bertanggungjawab atas dan mempertanggungjawabkan tindakannya.
Ibadah	Penyerahan Total	1. Kemampuan pelaku bisnis untuk membebaskan diri dari segala ikatan penghambaan manusia kepada ciptaan nya sendiri (seperti kekuasaan dan kekayaan). 2. Kemampuan pelaku bisnis untuk men jadikan penghambaan manusia kepada Tuhan sebagai wawasan batin sekaligus komitmen moral yang berfungsi mem berikan arah, tujuan dan pemaknaan terhadap aktualisasi kegiatan bisnisnya.
Tazkiyah	Kejujuran Keadilan Keterbukaan	1. Kejujuran pelaku bisnis untuk tidak mengambil keuntungan hanya untuk dirinya sendiri dengan cara menyuap, menimbun barang, berbuat curang dan menipu, tidak memanipulasi barang dari segi kualitas dan kuantitasnya. 2. Kemampuan pelaku bisnis untuk men ciptakan keseimbangan/moderasi dalam transaksi (mengurangi timbangan) dan membebaskan penindasan, misalnya riba dan memonopoli usaha. 3. Kesiediaan pelaku bisnis untuk meneri ma pendapat orang lain yang lebih baik dan lebih benar, serta menghidupkan potensi dan inisiatif yang konstruktif, kreatif dan positif.
Ihsan	Kebaikan bagi orang lain Kebersamaan	1. Kesiediaan pelaku bisnis untuk memberi kan kebaikan kepada orang lain, misalnya penjadwalan ulang, menerima pengembalian barang yang telah dibeli, pembayaran hutang sebelum jatuh tempo. 2. Kebersamaan pelaku bisnis dalam membagi dan memikul beban sesuai dengan kemampuan masing-masing, kebersamaan dalam memikul tanggung jawab sesuai dengan beban tugas, dan

		kebersamaan dalam menikmati hasil bisnis secara proporsional.
--	--	---

f. Tidak Ada Unsur Penipuan

Penipuan atau *al-tadlis/al-ghabn* sangat dibenci oleh Islam, karena hanya akan merugikan orang lain, dan sesungguhnya juga merugikan dirinya sendiri. Apabila seseorang menjual sesuatu barang, dikatakan bahwa barang tersebut kualitasnya sangat baik, kecacatan yang ada dalam barang disembunyikan, dengan maksud agar transaksi dapat berjalan lancar. Tetapi setelah terjadi transaksi, barang sudah pindah ke tangan pembeli, ternyata ada cacat dalam barang tersebut. Berbisnis yang mengandung penipuan sebagai titik awal kehancuran bisnis tersebut.⁸⁹

Rasulullah Saw, sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis, di antaranya ialah:

Pertama, bahwa prinsip esensial dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis.⁹⁰

Kedua, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis. Pelaku bisnis menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain)

⁸⁹ Iggi HAL.Achsien, *Investasi Syari'ah Di Pasar Modal*, (Jakarta : Gramedia, 2000), hal. 113.

⁹⁰ Iwan Triyuwono, *Shari'ate Organisation and Accounting : The Reflection of Self's faith and Knowledge*, (Organisasi Dan Akutansi Syari'ah), (Yogyakarta: LKIS, 2000), hal. 47.

sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis, bukan mencari untung material semata, tetapi didasari kesadaran memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.⁹¹

Ketiga, tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad saw sangat intens melarang para pelaku bisnis melakukan sumpah palsu dalam melakukan transaksi bisnis. Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan, karena dapat meyakinkan pembeli, dan pada gilirannya meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari, bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.⁹²

Keempat, ramah-tamah. Seorang palaku bisnis, harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis.⁹³

Kelima, tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut.⁹⁴

Keenam, tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya.⁹⁵

Ketujuh, tidak melakukan ihtikar. Ihtikar ialah (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu

⁹¹Anwar Iqbal Quraisy, *Economic and Social System of Islam*, (Lahore: Islamic Book Service, 1979), hal. 89

⁹²Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Mu`amalat*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hal. 64

⁹³A. Sonny Keraf dan Robert Haryono Imam, *Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, (Yogyakarta: Kanisius, 1995), hal. 123.

⁹⁴Iwan, *Shari'ati...*, hal. 13.

⁹⁵Iggi HAL.Achsien, *Investasi*, hal. 87.

saat menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Rasulullah melarang keras perilaku bisnis semacam itu.⁹⁶

Kedelapan, takaran, ukuran dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan.⁹⁷

Kesembilan, Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah.⁹⁸

Kesepuluh, membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda. Pembayaran upah harus sesuai dengan kerja yang dilakukan.⁹⁹

Kesebelas, tidak monopoli. Salah satu keburukan sistem ekonomi kapitalis ialah melegitimasi monopoli dan oligopoli. Contoh yang sederhana adalah eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara dan tanah dan kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral. Individu tersebut mengeruk keuntungan secara pribadi, tanpa memberi kesempatan kepada orang lain. Ini dilarang dalam Islam.¹⁰⁰

Keduabelas, tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (*mudharat*) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya, larangan melakukan bisnis senjata di saat terjadi chaos (kekacauan) politik. Tidak boleh menjual barang haram, seperti anggur kepada produsen minuman keras, karena ia diduga keras, mengolahnya menjadi miras. Semua bentuk bisnis tersebut dilarang Islam karena dapat

⁹⁶ Haidar Baqir, *Era Baru*, hal. 63.

⁹⁷ A. Sonny Keraf dan Robert Haryono Imam, *Etika*, hal. 45.

⁹⁸ Choril Fuad Yusuf, "Etika Bisnis Islam: Sebuah Perspektif Lingkungan Global", dalam *Ulumul Qur'an*, No. 3/V/1997, hal. 16

⁹⁹ M. Abdul Mannan, *Teori*, hal. 72.

¹⁰⁰ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas*, hal. 86.

merusak esensi hubungan sosial yang justru harus dijaga dan diperhatikan secara cermat.¹⁰¹

Ketigabelas, komoditi bisnis yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dan sebagainya.¹⁰²

Keempatbelas, bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan..¹⁰³

Kelimabelas, Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya. Rasulullah memuji seorang muslim yang memiliki perhatian serius dalam pelunasan hutangnya..¹⁰⁴

Keenambelas, Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar..¹⁰⁵

Ketujuhbelas, bahwa bisnis yang dilaksanakan bersih dari unsur riba.

Firman Allah:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنَّ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ

“Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman (QS. al-Baqarah: 278).¹⁰⁶

Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan.

Oleh karena itu Allah dan Rasulnya mengumumkan perang terhadap riba.

Demikianlah sebagian etika bisnis dalam perspektif Islam yang sempat

¹⁰¹ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis*, hal. 87.

¹⁰² Ketut Rindjin, *Pengantar*, hal. 90.

¹⁰³ Haidar Baqir, *Era Baru*, hal. 63

¹⁰⁴ Buchari Alma, *Ajaran*, hal. 76.

¹⁰⁵ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis*, hal. 87

¹⁰⁶ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: PT Toha Putra, 1995), hal. 304

diramu dari sumber ajaran Islam, baik yang bersumber dari al-Qur'an maupun Sunnah.¹⁰⁷

D. Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, dan badan usaha milik daerah, termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dengan tawar menawar.¹⁰⁸

Dalam pengertian sederhana, pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan tempat berkumpul para penjual yang menawarkan barang ataupun jasa kepada pembeli yang mempunyai keinginan dan kemampuan untuk memiliki barang dan jasa tersebut hingga terjadinya kesepakatan transaksi atau transfer atas kepemilikan barang atau kenikmatan jasa.¹⁰⁹

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat

¹⁰⁷Anwar Iqbal Quraisy, *Economic*, hal. 89.

¹⁰⁸ *Peraturan Presiden Republik Indonesia tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, dan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, (Nomor 112 tahun 2007), hal. 3. Pada http://hukum.unsrat.ac.id/pres/perpres_112_2007.pdf. diakses pada tanggal 09 Mei 2014.

¹⁰⁹ Suwinto, *Studi*, 40

manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.¹¹⁰

Kasmir mendefinisikan pasar sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran.¹¹¹

Secara sederhana, definisi pasar selalu dibatasi oleh anggapan yang menyatakan antara pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung untuk mengadakan interaksi jual beli. Namun, pengertian tersebut tidaklah sepenuhnya benar karena seiring kemajuan teknologi, internet, atau malah hanya dengan surat. Pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, mereka dapat saja berada di tempat yang berbeda atau berjauhan. Artinya, dalam proses pembentukan pasar, hanya dibutuhkan adanya penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan serta adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli. Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang, untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Dari definisi tersebut dapatlah diketahui adanya tiga unsur penting yang terdapat dalam pasar, yakni

1. Orang dengan segala keinginannya.
2. Daya beli mereka.

¹¹⁰ Akhmad, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), 143

¹¹¹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 156

3. Kemauan untuk membelanjakan uangnya.

Menurut Peraturan menteri Perdagangan Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Nomor 70 tahun 2013 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.¹¹²

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Grobogan No. 25 tahun 2011 pasar tradisional adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia yang dikutip oleh Galuh Oktavina, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro.

Salah satu pelaku di pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengrajin dan home industri (industri rakyat). Menurut Geertz yang dikutip oleh Galuh Oktavina berpendapat bahwa pasar tradisional menunjukkan suatu tempat yang diperuntukkan bagi kegiatan yang bersifat indigenous market trade, sebagaimana telah dipraktikkan sejak lama (mentradisi). Pasar

¹¹²Peraturan Menteri Perdagangan ,Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern, Nomor:70, tahun 2013, 4.

tradisional lebih bercirikan bazar type economic skala kecil. Karenanya, pasar tradisional secara langsung melibatkan lebih banyak pedagang yang saling berkompetisi satu sama lain di tempat tersebut. Selain itu, pasar ini menarik pengunjung yang lebih beragam dari berbagai wilayah. Tidak kalah pentingnya, pasar tradisional terbukti memberikan kesempatan bagi sektor informal untuk terlibat di dalamnya. Selain itu, pasar ini menarik pengunjung yang lebih beragam dari berbagai wilayah.¹¹³

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

Dari beberapa pengertian diatas, pasar tradisional adalah tempat pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar

¹¹³ Galuh Oktavina, *Redesain Pasar Tradisional Jongke*, "http://E-Journal .uajay.ac.id/835 /3 / 2TA1204.pdf.

dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar mudah-kan pembeli untuk mencapai pasar.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Penelitian Agam Santa Atmaja yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)” menjelaskan bahwa jumlah pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal sebanyak 869 orang. Etika bisnis Islam relevan diterapkan pada setiap pedagang khususnya para pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal, berdampak positif bukan hanya sebatas keuntungan bagi pedagang saja, akan tetapi berdampak pula pada para konsumen, supplier, dan produsen. Selain itu, Adanya dampak langsung penerapan etika berdagang dalam perspektif ekonomi Islam di pasar pagi Kaliwungu Kendal secara nyata terlihat dari para pedagang tetap mendapatkan keuntungan dengan menerapkan etika bisnis dalam usahanya.¹¹⁴
2. Penelitian Fitri Amalia “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok” menyimpulkan bahwa segala hasil penelitian menunjukkan sebanyak 83% para pedagang di Bazar Madinah sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam

¹¹⁴ Agam Santa Atmaja, “ Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)”, Skripsi IAIN Walisongo Semarang, 2014

menjalankan usahanya. Di dalam kegiatan produksi Hampir seluruh pedagang di Bazar Madinah, yakni sebesar 96% Untuk sistem harga, sebanyak 78% pedagang di Bazar Madinah sudah menerapkan sistem harga sesuai yang disyariahkan sudah menjalankan sesuai syariat Islam serta tidak ditemukan persaingan yang tidak sehat antar pedagang. Selain itu, manajemen secara syariah Islam sudah diimplementasikan oleh sekitar 80% dari para pedagang di bazar madinah.¹¹⁵

3. Skripsi Rifa Atun Nurul laily dengan judul “Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima di Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian untuk mengetahui etika bisnis pedagang kaki lima di kawasan Universitas Negeri Yogyakarta. Etika bisnis pedagang kaki lima di kawasan Universitas Negeri Yogyakarta ditinjau dari prinsip ekonomi yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (80%), prinsip kejujuran yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (88,3%), sedangkan menurut konsumen prinsip kejujuran yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (57%), prinsip tidak berniat jahat yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (81,7%), sedangkan menurut konsumen prinsip tidak berniat jahat yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (55%), prinsip keadilan yang

¹¹⁵Fitri Amalia “Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok”, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (85%), sedangkan menurut konsumen prinsip keadilan yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (58%), dan prinsip hormat pada diri sendiri yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (90%), sedangkan menurut konsumen prinsip hormat pada diri sendiri yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (55%).¹¹⁶

4. Lulud N Wicaksono dkk, Jurnal. Persepsi Pedagang Pasar terhadap Program Perlindungan Pasar Tradisional oleh Pemerintah Kota Semarang Studi Kasus Pedagang Pasar Peterongan Semarang Selatan. Hasil penelitiannya seiring dengan berkembangnya skala usaha dan semakin tajamnya persaingan di dunia usaha maka semakin berkembang pula kebutuhan masyarakat. Pasar tradisional di seluruh Indonesia terus mencoba bertahan menghadapi serangan dari pasar modern. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan perlindungan pedagang tradisional tersebut karena hak atas kesejahteraan merupakan bagian dari hak ekonomi yang menjadi salah satu hak dalam kovenan hak ekonomi sosial dan budaya. Unit analisis dalam penelitian adalah pedagang pasar tradisional yang membuka usahanya di Pasar Peterongan. Teknik pengumpulan yang

¹¹⁶Rifa Atun Nurul laily dengan judul “Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima di Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta”, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2012

digunakan observasi, dokumen dan kuesioner. Analisis data disusun dalam frekuensi kemudian diuraikan berdasarkan gejala dari obyek yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan persepsi pedagang mengenai program perlindungan pasar tradisional oleh Pemerintah Kota Semarang termasuk tidak baik. Pedagang merasa bahwa perlindungan terhadap pasar tradisional oleh Pemerintah Kota Semarang sesuai Peraturan Menteri Perdagangan No 53/M-DAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern di Kota Semarang belum berjalan dengan baik. Pemerintah daerah dan pengelola pasar tradisional, khususnya Pemerintah Kota Semarang dan pengelola pasar Peterongan, disarankan secara nyata berinvestasi pada perbaikan pasar tradisional dan menetapkan standar layanan minimum.

5. Noor Kholis. Dkk. Jurnal. Pengembangan Pasar Tradisional Berbasis Perilaku Konsumen. Dosen FE Unissula Semarang. Hasil penelitiannya adalah 1) Terdapat lima belas faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk memutuskan berbelanja di pasar tradisional menurut persepsi pedagang. Kelimabelas factor ini adalah Komitmen konsumen, Keluhan Konsumen, Lokasi dan Harga, Faktor yang berasal dari individu konsumen, Penanganan keluhan atas barang yang dijual, Produk, Prestise dan budaya, Tidak dijual di pasar modern, Konsumen belanja sesuai

rencana, Jumlah pembelian tidak dibatasi, parkir, Terpengaruh pembicaraan orang lain, terpengaruh keluarga dan Teman, serta kelompok reference. 2) Terdapat tujuh belas faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk memutuskan berbelanja di pasar tradisional menurut persepsi konsumen. Ketujuh belas factor tersebut adalah Keluhan akan kondisi pasar, Produk, Perilaku konsumen, Komitmen konsumen, Kelompok reference, keluhan akan Lorong pasar dan sarana parkir, Tidak dibohongi, Lokasi, Budaya dan kepuasan, Harga, Hidup dan ramai, Jam buka, Penataan barang, Kejelasan harga, berbelanja sambil mencari hiburan, Pendidikan, Pendapatan dan berharap ada fasilitas pembayaran. 5) Pedagang belum sepenuhnya memahami konsumennya. Ini ditunjukkan dengan banyaknya variabel yang membedakan persepsi konsumen dan pedagang mengenai faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan konsumen memutuskan berbelanja di pasar modern. 6) Konsumen cenderung berbelanja di pasar modern karena terdapat kejelasan harga, tidak becek, bersih dan tidak bau, ber AC, aman, Kondisi fisik bangunan bagus, terdapat fasilitas pembayaran, terpengaruh promosi, iklan, berbelanja sambil mencari hiburan, nyaman, prestise, menjual produk yang tidak ada di pasar tradisional serta terpengaruh pendidikan konsumen. Sedangkan konsumen cenderung berbelanja di pasar tradisional karena harga di pasar tradisional bisa ditawar, harganya murah, dilayani langsung serta berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

6. Woro Kristiningtyas. Journal. *Eksistensi Pasar Tradisional Ditinjau Dari Konsep Geografi, Interaksi Sosial Dan Perilaku Produsen-Konsumen*. Kampus Unnes Bendan Ngisor, Semarang ISSN 2252 – 6390. Penelitiannya menunjukkan bahwa pasar memiliki kedudukan sangat penting dalam kegiatan perekonomian. Menjamurnya pasar modern dan retailer menjadi ancaman bagi keberadaan pasar tradisional. Penelitian bertujuan mengkaji eksistensi pasar tradisional Desa Glonggong Kecamatan Jakenan Kabupaten Pati ditinjau dari konsep geografi, interaksi sosial dan perilaku pedagang-pembeli. Metode pengumpulan data melalui observasi, dokumen, wawancara dan triangulasi; di analisis dengan teknik deskriptif kualitatif. Hasil penelitian dengan fokus konsep geografi menunjukkan penempatan pasar berorientasi pada daerah pemasaran dekat penduduk dengan nilai keterjangkauan tinggi. Fokus interaksi sosial menunjukkan interaksi antar pelaku perdagangan, pemasok, pembeli yang saling percaya untuk mencapai tujuan yaitu perolehan keuntungan dari aktivitas jual beli yang dilakukan. Perilaku produsen memilih produk barang yang dijual, penetapan harga melalui proses tawar menawar, kegiatan promosi, dan pemilihan tempat strategis bernilai ekonomis. Perilaku pembeli dipengaruhi oleh faktor ekstern, intern dan proses pengambilan keputusan untuk membeli di pasar desa. Simpulan penelitian adalah eksistensi pasar tradisional desa dipengaruhi kondisi geografi, perilaku pedagang dan pembeli. Saran yang diajukan adalah bagi pemerintahan desa menata kawasan pasar dilengkapi sarana-prasarana memadai; bagi

para peneliti dapat menindaklanjuti pengkajian pasar tradisional di tinjau dari konsep geografi, sosiologi dan ekonomi maupun dengan memadukan ketiga komponen dalam pengembangan ilmu-ilmu sosial.