

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG
PAKAIAN PUSAT NIAGA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

HARDIANTI JENNE

1504010084

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG
PAKAIAN PUSAT NIAGA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO Pembimbing:

1. Dr. Takdir, SH., M.H.
2. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Hardianti Jenne
NIM : 1504010084
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi, atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Palopo, Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Hardianti Jenne
Hardianti Jenne
NIM 1504010084

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pakaian di Pusat Niaga Palopo yang ditulis oleh Hardianti Jenne Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 15 0401 0084, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 22 Oktober 2021 Miladiyah bertepatan dengan 15 Rabiul Awal 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 24 November 2021

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Rahmawati, M.Ag | Penguji I | (.....) |
| 4. Ilham, S.Ag., M.A. | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui :

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP 19610208 199403 2 001

Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah


Dr. Fasliha, S.EI., M.EI.
NIP 19810213 20064 2 002

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “ Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Busana Muslim pada Butik Mahda *Collection* di Kota Palopo” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Rektor IAIN Palopo Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor I, Dr. Rustan S., M. Hum., Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, M.M. dan Wakil Rektor I II, Dr. Hasbi, M.Ag yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Rahmlah Makkulasse, MM. Wakil Dekan I, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, SE.I., M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si, AK.CA. Wakil Dekan III, Dr.

Takdir, S.H., M.H. serta penasehat akademik penulis Dr. Muh. Tahmid Nur, M. A., yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Dr. Takdir, SH., M.H. selaku pembimbing I dan Muzayyanah Jabani, ST., M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Rahmawati, M.Ag selaku penguji I dan Ilham S.Ag., M.A. selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan koreksian kepada peneliti guna menyempurnakan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen IAIN Palopo yang sejak awal perkuliahan telah membimbing dan memberi pengetahuan kepada peneliti.
6. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Dr. Fasiha, M.El. beserta staf dosen IAIN Palopo yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan yang berharga.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo beserta stafnya yang telah banyak membantu khususnya dalam mengumpulkan literatur-literatur yang berkaitan dalam pembahasan skripsi ini.
8. Kepada pedagang pakaian di pusat niaga Palopo yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis ini.

9. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Suhardi wegau dan ibunda Almh. Suriani, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta semua saudara dan saudariku yang selama ini membantu dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.
10. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2015 Ekonomi Syariah C, yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat Sholihat Dian Pratiwi, Israyanti, dan Nur Rahma yang selalu memberi motivasi dan bersedia membantu, memberi saran dalam penyusunan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat KKN Kecamatan Rongkong Angkatan XXXIV tahun 2018, terutama sahabat posko Desa Komba, Amik Utami, Asmi, Muliana, Nur Hayani, Rosmini, Kalsum, Nur Rahma, Muh. Irwan dan Hendroyang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah swt.

Amin.

Palopo, Januari 2021

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Aksara Arab		Aksara Latin	
Simbol	Nama (Bunyi)	Simbol	Nama (Bunyi)
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	es dengan titik di atas
ج	Ja	J	Je
ح	Ha	Ĥ	ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet dengan titik di atas
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Š	es dengan titik di bawah
ض	Dad	ḍ	de dengan titik di bawah
ط	Ta	Ṭ	te dengan titik di bawah
ظ	Za	ẓ	zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	apostrof terbalik
غ	Ga	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ham	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti halnya vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, maka transliterasinya adalah sebagai berikut :

Aksara Arab		Aksara Latin	
Simbol	Nama (Bunyi)	Simbol	Nama (Bunyi)
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dhammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yang meliputi :

Aksara Arab		Aksara Latin	
Simbol	Nama (Bunyi)	Simbol	Nama (Bunyi)
ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و	<i>kasrah dan waw</i>	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : *kaifa* bukan *kayfa*
 هَوْلٌ : *hau-la* bukan *haw-la*

3. Penulisan *Alif Lam*

Artikel atau kata sandang yang dilambangkan dengan huruf ل (alif lam ma'arifah) ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh :

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)
الْفُلْسَلَةُ : *al-falsalah*
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

4. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, maka transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Aksara Arab		Aksara Latin	
Harakat Huruf	Nama (Bunyi)	Simbol	Nama (Bunyi)
اَ وَا	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> , <i>fathah</i> dan <i>waw</i>	\bar{A}	a dan garis di atas
يَ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	\bar{I}	i dan garis di atas
يُ	<i>dhammah</i> dan <i>ya</i>	\bar{U}	u dan garis di atas

Garis datar di atas huruf *a*, *i*, *u* bisa juga diganti dengan garis lengkung seperti huruf *v* yang terbalik, sehingga menjadi \hat{a} , \hat{i} , \hat{u} . Model ini sudah dibakukan dalam *font* semua sistem operasi.

Contoh :

مَاتَ : *mâta*
رَمَى : *ramâ*
يَمُوتُ : *yamûtu*

5. Ta Marbûtah

Transliterasi untuk *ta marbûtah* ada dua, yaitu *ta marbûtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *dhammah*, transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta marbûtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h).

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbûtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbûtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfâl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madânah al-fâdilah*
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

6. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), maka dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh :

رَبَّنَا : *rabbânâ*
نَجِّيْنَا : *najjaânâ*
الْحَقُّ : *al-ḥaqq*
الْحَجُّ : *al-ḥajj*
نُعْمَ : *nu'ima*
عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (سيّ), maka ditransliterasikan seperti huruf *maddah* (â).

Contoh :

عَلِيّ : *'ali* (bukan *'aliyy* atau *'aly*)
عَرَبِيّ : *'arabi* (bukan *'arabiyy* atau *'araby*)

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi *apostrof* (') hanya berlaku bagi huruf *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila huruf *hamzah* terletak di awal kata, maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*.

Contoh :

تَأْمُرُونَ : *ta'murûna*
النَّوْءُ : *al-nau'*
شَيْءٌ : *syai'un*
أَمْرٌ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab Yang Lazim Digunakan Dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas, misalnya kata *hadis*, *sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Dikecualikan dari pembakuan kata dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kata al-Qur'an. Dalam KBBI digunakan kata Alquran, namun dalam penulisan naskah ilmiah dipergunakan sesuai asal teks Arabnya yaitu al-Qur'an, dengan huruf a setelah *apostrof* tanpa tanda panjang, kecuali jika merupakan bagian dari teks Arab.

Contoh :

Fi al-Qur'an al-Karîm
Al-Sunnah qabl al-tadwîn

9. *Lafz Aljalâlah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍâf ilaih* (frasa nominal) ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*.

Contoh :

دِينُ اللهِ *dînullah*
بِالله *billâh*

Adapun *ta marbûtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalâlah* ditransliterasi dengan huruf (t).

Contoh :

بِاللهُ فِي رَحْمَةٍ *hum fi rahmatillâh*

10. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem alfabet Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut diberlakukan ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan Pedoman Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan. Huruf kapital antara lain digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan.

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah :

swt.	: <i>subhânahū wa ta'âlâ</i>
saw.	: <i>sallallâhu 'alaihi wa sallam</i>
Q.S	: Qur'an, Surah
HR	: Hadis Riwayat
QSP	: <i>Quality, Service, Price</i>

IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR AYAT	xv
DAFTAR HADIS	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
B. Deskripsi Teori.....	11
1. Perilaku Pedagang.....	11
2. Pengertian Etika	15
3. Sistem Etika Bisnis Islam	36
C. Kerangka Pikir	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
B. Focus Penelitian.....	39
C. Definisi Istilah.....	40
D. Desain Penelitian	40
E. Data dan Sumber Data	41
F. Instrumen Penelitian	42
G. Teknik Pengumpulan Data.....	42
H. Pemeriksaan Keabsahan Data	44
I. Teknik Analisis Data	45

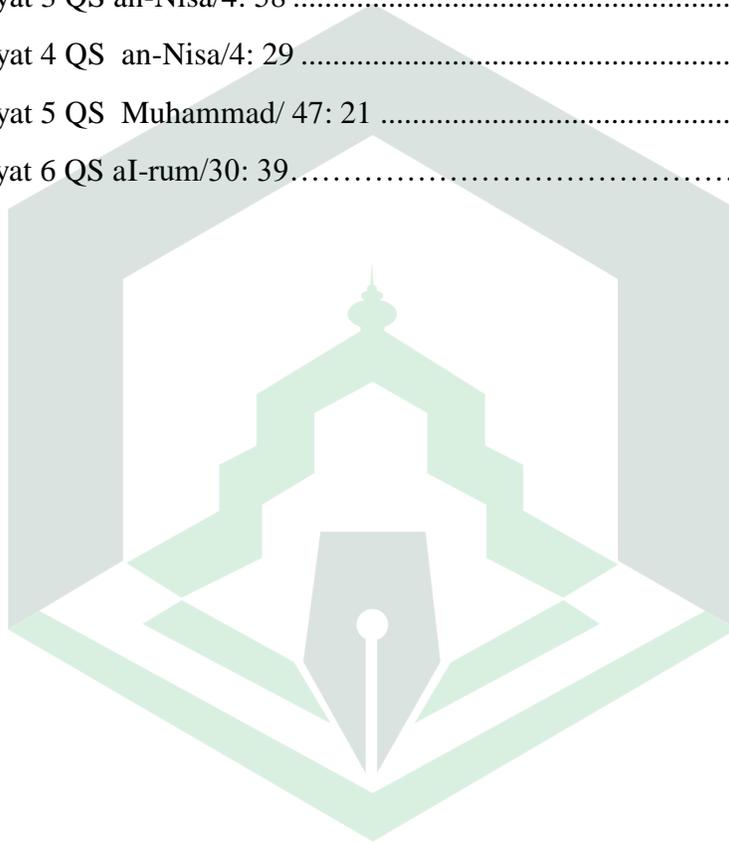
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	47
A. Deskripsi Data.....	47
B. Pembahasan	57
BAB V PENUTUP.....	69
A. Simpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



IAIN PALOPO

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 QS al-An'aam/6: 141	4
Kutipan Ayat 2 QS al-baqarah/2: 275	19
Kutipan Ayat 3 QS an-Nisa/4: 58	26
Kutipan Ayat 4 QS an-Nisa/4: 29	35
Kutipan Ayat 5 QS Muhammad/ 47: 21	63
Kutipan ayat 6 QS al-rum/30: 39	66



IAIN PALOPO

DAFTAR HADIS

Hadis Tentang Akad Bermuamalah	36
--------------------------------------	----



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Pikir	37
Tabel 4.1 Struktur Organisasi PNP	48
Tabel 4.2 Keadaan Gudang PNP 2019/2020.....	49



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Nota Dinas Pembimbing

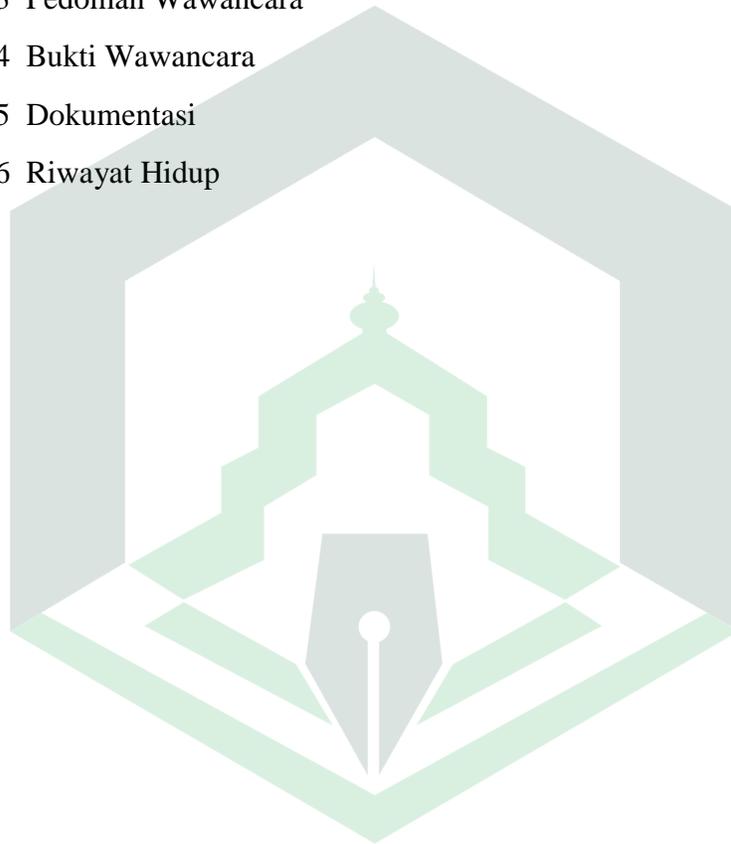
Lampiran 2 Halaman Persetujuan Pembimbing

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Lampiran 4 Bukti Wawancara

Lampiran 5 Dokumentasi

Lampiran 6 Riwayat Hidup



IAIN PALOPO

ABSTRAK

Hardianti Jenne, 2020. “Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pakaian Pusat Niaga Palopo”. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Takdir., SH, M.H dan muzayyanah Jabani., ST, M.M

Penelitian ini membahas tentang implementasi etika bisnis pada pedagang pakaian pusat niaga Palopo. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana etika pedagang pakaian di pusat niaga Palopo dilihat dari etika bisnis Islam dan upaya apa yang dapat dilakukan dalam meningkatkan etika bisnis pedagang pakaian berdasarkan syariat Islam. Penelitian ini bertujuan: a. Mengetahui etika pedagang pakaian di pusat niaga Palopo dilihat dari etika bisnis Islam. b. Untuk mengetahui bagaimana upaya apa yang dapat dilakukan dalam meningkatkan etika bisnis pedagang pakaian berdasarkan syariat Islam Untuk memperoleh data, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu proses kegiatan usaha dengan mengungkapkan uraian, argumen serta keadaan tertentu. Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti yang dilakukan dengan wawancara langsung dengan narasumber penelitian. Sedangkan data sekunder adalah sumber data yang memberikan keterangan tambahan. Dan sekunder dalam penelitian berupa dokumentasi yang dilakukan oleh penulis pada saat melakukan penelitian. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Etika bisnis yang diterapkan oleh pedagang pada pusat niaga Palopo belum sesuai dengan syariat Islam. Karena adanya beberapa pedagang yang tidak jujur dan tidak transparan dalam menetapkan harga. 2. Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan etika bisnis perdagangan pakaian yang terdapat di PNP yaitu memiliki loyalitas serta tatakrama yang baik kepada calon pembeli.

Kata kunci: Etika Bisnis

IAIN PALOPO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian Islam pasar memiliki kedudukan yang penting. Pada masa Rasulullah Sallahu alaihi Wasallam sangat menghargai harga dalam pasar, karena ini dalam Islam, nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang muslim kepada Allah. Bahkan Rasulullah pun tidak menyukai transaksi dagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas. Implementasi nilai-nilai moral dalam kegiatan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar, artinya setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi Islam bukan sekedar mencari keuntungan besar-besarnya tetapi juga keberkahan. Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya.

Penerapan etika bisnis Islam mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk kegiatan yang dilakukan oleh para pedagang di pasar. Dalam Islam, pasar merupakan tempat transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis

maupun praktis Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang di bingkai oleh nilai-nilai syariah.¹

Dalam realita bisnis kekinian terdapat kecenderungan bisnis tanpa memerhatikan etika. Kekuatan modal menjadi senjata andalan dalam bersaing di dunia bisnis. Semakin besar modal yang dimiliki maka semakin besar jangkauan bisnisnya, kekacauan dalam bisnis ini sangat mengancam pertumbuhan bisnis. Namun dalam menghadapi kecenderungan tersebut, Alquran relatif banyak memberikan garis-garis dalam kerangka penambahan bisnis yang menyangkut semua pelaku ekonomi tanpa membedakan kelas. Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis orang mulai menekankan pentingnya terkaitnya faktor-faktor etika dalam Islam. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk berkaitan pelaksanaan perekonomian dan bisnis. Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupana termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) dalam mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adlah agar terciptanya pendapatan rezeki yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilitasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan,

¹Fitri Amalia, "Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Bazar Madina Depok", (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta), h.6

kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidak seimbangan yang berkepanjangan di masyarakat.²

Penelitian ini terjadi di Pusat Niaga Palopo, masih banyak para pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis secara keseluruhan melainkan hanya untuk mendapatkan keuntungan semata, padahal dalam Islam membahas tentang etika bisnis pada masa Rasulullah, yang melarang riba, maisir dan gharar. Contoh pada pedanggang beras yang mengurangi takaran pada timbangan sehingga pembeli mengalami kerugian dan penjual mengalami keuntungan. Pada kasus ini tidak sesuai dengan ajaran Islam. Selain sistem yang perlu di perhatikan, konsep halal haram juga perlu diperhatikan dalam etika berwirausaha, sekalipun dalam kehidupan sehari-hari dan kajian akademik masuk wilayah hukum fiqih. Al-Quran sendiri telah melakukan konsep dasar halal haram yang berhubungan dengan transaksi dalam kaitannya dengan ekuisis, diposisi, dan semacamnya. Selain itu, kasih sayang juga termasuk nilai penting dalam berbisnis, di sini islam mewajibkan kasih sayang kepada makhluk. Karena itu, seorang pedagang tidak boleh menjadikan obsesi terbesarnya dan tujuan usahanya adalah mendapat keuntungan yang sebesar-besarnya demi memenuhi laci atau saldonya di bank.³

Observasi di lapangan bahwa dalam transaksi jualbeli di Pusat Niaga Palopo sudah jauh dari syariat Islam. Kecenderungan transaksi yang dilakukan tidaklah

²Elida Elfi Barus, Nurani, “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pada Rumah Makan Wong Solo Medan”, Jurnal Prespektif Ekonomi Darussalam, 2016, Vol 2 No. 2, h.3.

³Fariih, “Etika dan Perilaku Bisnis Islam Pedagang pada Kawasan Pasar Palmerah”,(Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,1438H/2017 M.

memerhatikan masalah etika, ketatnya persaingan untuk dapat merebut hati konsumen menjadikan para pedagang di Pusat Niaga Palopo semakin jauh meninggalkan etika dalam bisnis yang sesuai syariat Islam. Kenyataan ini mengakibatkan yang kuat akan semakin meningkatkan pasar dan yang lemahnya akan semakin tertindas dan moral semakin tidak di hiraukan lagi, adapun masalah yang didapatkan peneliti pada saat penelitian transaksi jual beli yang dilakukan pedagang PNP adapun cenderung pada saat melakukan transaksi sesuai dengan etika bisnis islam contohnya pada pedagang pakaian tidak menjual pakaiannya robek pada salah satu bagian pakaian yang tidak terlihat oleh pembeli, adapun ayat yang bersangkutan pada pembahasan di atas adalah (Q.S Al-An'aam: 141)

الرُّمَانَ وَالزَّيْتُونَ أَكُلُهُمْ مَحْتَلَفًا وَالزَّرْعَ وَالنَّخْلَ مَعْرُوشَتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَتٍ جَنَّاتٍ أَنْشَأَ الَّذِي وَهُوَ
رَفِيفٌ تَحِبُّ لِأَنَّهُ دَسْرَفُوا وَلَا حَصَادِهِ يَوْمَ حَقِّهِ دُونََ أَنْوَ الثَّمَرِ إِذَا ثَمَرَهُ مِنْ كُلِّ أُمَّتَشَبِهِ وَغَيْرِ مُمَّتَشَبِهَا وَ

المس

Terjemahnya:

dan Dialah yang menjadikan kebun-kebun yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon korma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila Dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.⁴

⁴Kementerian Agama RI, *Al-qur'anul dan Terjemahnya*, (CV.Penerbit Fajar Mulya, Surabaya).

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian serta membahas masalah tentang: **“Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pakaian di Pusat Niaga Palopo”**.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah agar penelitian ini lebih fokus pada masalah, maka penulis melakukan observasi serta wawancara pada pedagang pakaian di pusat niaga palopo. Untuk mengetahui bagaimana menjalankan system jual beli dengan memakai etika bisnis Islam. Karena etika bisnis Islam sangat penting diterapkan pada pedagang.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah di paparkan diatas dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut:

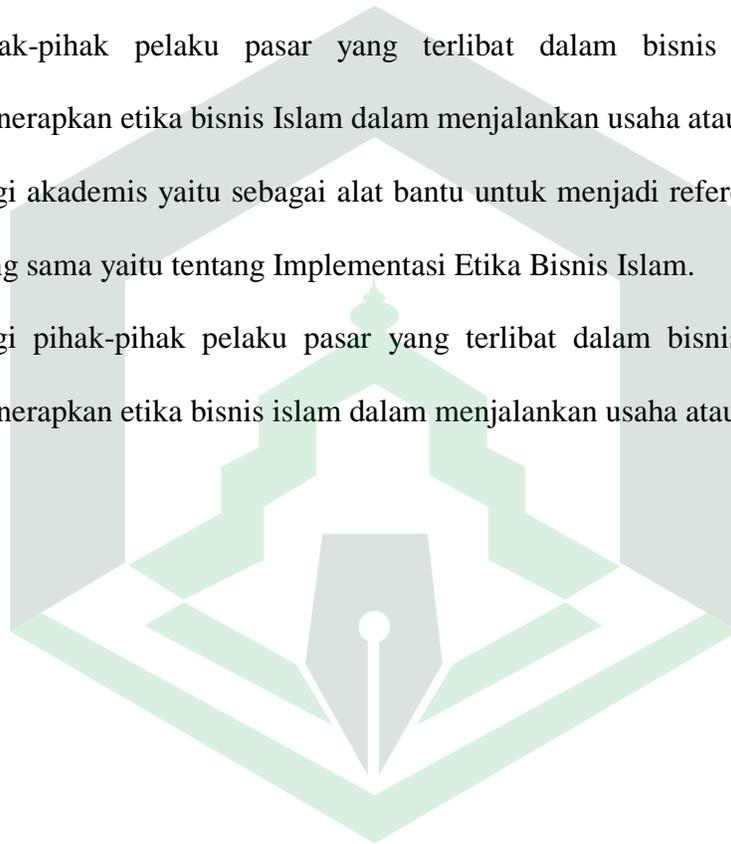
1. Bagaimana etika pedagang pakaian di pusat niaga Palopo dilihat dari etika bisnis Islam?
2. Upaya apa yang dapat dilakukan dalam meningkatkan etika bisnis pedagang pakaian berdasarkan syariat Islam?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana etika berjualan pedagang pakaian di pasar niaga Palopo dilihat dari etika bisnis Islam!
2. Untuk mengetahui bagaimana uapaya yang dapat dilakukan dalam meningkatkan etika bisnis pedagang pakaian berdasarkan syariat Islam!

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti yaitu mendapatkan pengetahuan baru yang tidak hanya di terima dimeja perkuliahan atau melalui teori-teori yang selama ini dipelajari. Dan mengetahui kondisi pelaku pasar yang ada di seluruh Indonesia. dan kepada pihak-pihak pelaku pasar yang terlibat dalam bisnis jual beli untuk menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usaha atau sebuah bisnis.
2. Bagi akademis yaitu sebagai alat bantu untuk menjadi referensi dengan judul yang sama yaitu tentang Implementasi Etika Bisnis Islam.
3. Bagi pihak-pihak pelaku pasar yang terlibat dalam bisnis jual beli untuk menerapkan etika bisnis islam dalam menjalankan usaha atau sebuah bisnis.



IAIN PALOPO

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Ayu fitria alfiani, dalam skripsinya yang berjudul “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Jilbab Rabbani Imitasi di Pasar Songgolangit*”. Tahun 2017 jenis data yang digunakan termasuk penelitian lapangan sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi. Kemudian data diolah melalui proses editing, organizing dan penemuan hasil data. Selanjutnya, pada tahap analisis data peneliti menggunakan metode analisis deduktif.

Dari hasil pembahasan skripsi ini dapat disimpulkan bahwa: (1) pengambilan merek pada jual beli jilbab rabbani imitasi di pasar songgolangit ponorogo adalah tidak di perbolehkan, karena perbuatan pengambilan merek tersebut tidak mencerminkan nilai keadilan, bebas dari dharar dan merugikan hak orang lain. Sehingga perbuatan tersebut bertentangan dengan etika bisnis islam. (2) perilaku pedagang jilbab rabbani imitasi di pasar songgolangit belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam dengan baik. Karena perbuatan tidak memberitahu kosumen tentang kualitas barang dagangannya tidak mencerminkan nilai kejujuran dan keadilan dalam berdagang.⁵

⁵Ayu Fitria Alfiani, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Jilbab Rabbani Imitasi di Pasar Songgolangit Ponorogo*”, *SI (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2017)*

Perbedaan skripsi di atas dengan penelitian yang saya lakukan adalah yang di subjek dari penelitian saudari Ayu Fitria Alfiani adalah pedagang jilbab Rabbani sedangkan yang penulis teliti disini adalah pedagang pakaian. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang bagaimana Etika bisnis Islam

Heri Irawan tahun 2017 dalam skripsi yang berjudul: *“Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai”*. Jenis data yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan metode kualitatif yang di lakukan secara dekriptif analisis. Lokasi penelitian di lakukan dikabupaten sinjai tepatnya berada di wilayah kelurahan bongki, kabupaten sinjai, kecamatan sinjai utara, ibu kota Provesi sulawesi selatan. Pendekatan penelitian yang digunakan meliputi pendekatan teologis normatif, sosiologis dan fenomenologi. Dengan sumber data yang terbagi menjadi dua yaitu sumber data primer yang didapatkan langsung dari pedagang atau pembeli dan sumber data skunder didapatkan dari berbagai literatur yang relevan dengan pembahasan penelitian. Metode pengumpulan data yaitu meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi untuk selanjutnya data yang terkumpul dianalisis melalui reduksi data, penyanyian data dan kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: mayoritas pedagang sembako yang ada dipasar sentral sinjai telah memahami dan menerapkan bisnis Islm seperti yang di contohkan Rosulullah saw dalam berdagang. Hal ini dapat dilihat dari indikator pendagang sembako tentang memahami etika bisnis sehingga mencapai 19 orang atau 95% dan pedagang sembako melaksanakan sikap kejujuran. Namun masih terdapat

pedagang sembako yang kurang paham secara teori dan tidak menerapkan etika bisnis karena rendahnya pendidikan yang mereka miliki dan di asumsikan pula bahwa mereka sudah terbiasa dengan pedagang yang hanya memprioritaskan profit atau keuntungan dunia semata dan tidak memikirkan keberkahan atau keuntungan akhirat dalam berbisnis.⁶

Adapun perbedaan dari penelitian oleh saudara Heri Irawan dengan yang penulis lakukan adalah subjek penelitian pada penelitian di atas adalah pedagang sembako sedangkan subjek penelitian pada penulisan ini adalah pedagang pakaian. Persamaannya peneliti oleh saudara Heri Irawan adalah objek penelitian yaitu penerapan etika bisnis Islam.

Nana Rusdiana tahun 1438H/2016 M dalam skripsi yang berjudul: “*Etika Bisnis Pedagang Ikan di Pasar Besar Kota Palangka Raya Perspektif Ekonomi Islam*”. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. subjek dalam penelitian ini berfokus pada pedagang ikan dan pembelinya, objek dari penelitian ini adalah etika bisnis pedagang ikan di pasar Besar kota Palangka raya dalam perspektif ekonomi Islam. Teknik pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dekomendasi. Sedangkan teknik analisis data peneliti menggunakan teknik *analisis* yang dikembangkan oleh Burham Bugin.

Dari hasil penelitian menyatakan: *Pertama* transaksi yang dilakukan pedagang telah sesuai dengan transaksi yang diperbolehkan dalam agama Islam, namun

⁶Heri Irawan, “*Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*”, S2, (Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2017).

disamping hal tersebut masih ada beberapa pedagang yang melakukan transaksi-transaksi yang telah di larang dalam syariat agama. *Kedua* pemahaman pedagang ikan dipasar besar kota Palangkaraya mengenai etika bisnis dalam islam bahwa pedagang tdk sepenuhnya memahami etika dalam Islam secara teorinya. Tetapi dalam berdagang mereka menggunakn transaksi-transaksi menurut syariat agama.*Ketiga* etika bisnis pedagang pasar besar kota palangka raya telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yang meliputi. Melaksanakan sholat,berdoa,bersedekah, adil dan seimbang dalam menimbang dan tidak menutupi cacat, memberikan kebebasan kepada pedagang lain untuk disekitarnya,tidak memaksa pembeli,menepati janji kepada pemasok dan bertanggungjawab terhadap kualitas ikan,serata bersikap ramah dan sopan.namun masih ada pedangan yang tidak menjalankan syariat agama seperti tidak melaksanakan sholat tepat waktu, tidak ramah, menimbang dengan timbangan yang tidak baik (adil) memaksa dan tidak bertanggungjawab atas kualitas ikan yang dijualnya.⁷

Adapun perbedaan dari peneliti oleh saudari Nana Rusdiana dengan yang penulis lakukan adalah subjek penelitian pada penelitian di atas adalah pedagang ikan sedangkan subjek penelitian pada penulisan ini adalah pedagang pakaian. Persamaannya peneliti oleh saudari Nana Rusdiana tahun adalah objek penelitian yaitu penerapan etika bisnis Islam

⁷Nana Rusdiana, “*Etika Bisnis Pedagang Ikan Pasar Besar Kota Palangka Raya Prespektif Ekonomi Islam*”, (Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya,1438H/2016 M).

B. *Kajian Teori*

1. Perilaku pedagang

a) Pengertian pedagang

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

1) 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 produsen.

2) Pedagang menengah/agen/grosir

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

3) Perdagangan eceran/pengecer

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

b) 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.

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 kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya perilaku konsumen, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat dengan etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.

Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebijakan 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 dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral.

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:

1) 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.

2) 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 meluasnya tindakan dusta dan batil. Misalnya berbohong dalam mempermosikan barang dan menetapkan harga. Amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu yang melebihi haknya dan tidak mengurangi orang lain, baik berupa harga maupun 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.

3) 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.

Menyumpurnakan timbangan dan takaraan, tidak melakukan penimbunan barang dengan tujuan memperlmainkan harga, bersegera dalam membayar hutang kalau sudah tiba waktunya. Melakukan pencatatan terhadap semua transaksi usaha, dan membayar gaji karyawan tepat waktu.

4) 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 menantang kezaliaman. 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.

5) 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 terpilihnya persaudaraan. jika individu dalam sistem kapasitas tidak mengindahkan hal-hal yang berkaitan etika seperti tidak mengindahkan perasaan orang lain, tidak mengenal akhlak dalam bidang ekonomi, dan hanya mengejar keuntungan, maka sebaliknya, Islam sangat memperhatikannya. Islam mengajurkan kepada pedagang agar mereka bersedekah semampunya untuk membersihkan pergaulan mereka dari tipu daya, sumpah palsu dan kebohongan.

6) Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal akhirat.

Bekal pedagang menuju akhirat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan ialah, meskipun seorang muslim telah meraih keuntungan jutaan dolar lewat perdagangan dan transaksi, ia tidak lupa menegakkan syariat agama, terutama sholat yang merupakan hubungan abadi antara muslim dan tuhan.

Perilaku yang berhubungan dengan nilai ini antaranya adalah tidak bertransaksi pada waktu sholat jumat, tidak meninggalkan sholat/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.

2. Pengertian etika

Istilah etika secara umum merujuk pada baik buruknya perilaku manusia. Etika merupakan dasar baik dan buruk yang menjadi referensi pengambilan keputusan individu sebelum melakukan serangkaian kegiatan. Etika bukan hanya larang-larang normatif, tetapi lebih merupakan puncak akumulasi kemampuan operasionalisasi intlegensi manusia.

Etika adalah seperangkat prinsip moral yang memungkinkan seseorang untuk membedakan antara hal-hal mana yang baik dan mana yang buruk. Istilah etika sering dihubungkan dengan moralitas. Moralitas merupakan unsur penting dalam setiap perilaku seseorang, tidak akan ada perilaku positif jika tidak ada etika yang

melandasinya. Etika mempertahankan perilaku agar mengarah/menuju sikap yang baik.⁸

a. Pengertian bisnis

Bisnis berasal dari bahasa Inggris yang berarti: perusahaan, urusan atau usaha. Bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan/aktivitas yang sah yang dilakukan untuk tujuan mendapatkan keuntungan. Kegiatan ilegal atau melanggar hukum tidak disebut sebagai bisnis.⁹ Kegiatan dalam bisnis meliputi produksi distribusi, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penciptaan, penjualan serta pemasaran suatu barang atau jasa.

Pandangan lain menyatakan bahwa bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan, yang bergerak dalam bidang memasarkan dan membuat barang dan jasa ke konsumen.

Istilah bisnis dalam al-Qur'an yaitu *al-tijarah* dan dalam bahasa Arab *tijaraha*, berawal dari kata dasar *t-j-r*, *tajarah*, *tajranwatijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. Menurut *ar-raghib al-ashfahani* dalam *al-mufaradat gharib al-Quran*, *at-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Bisnis secara Islam pada dasarnya sama dengan bisnis secara umum hanya saja harus tunduk dan patuh atas dasar ajaran al-Quran, As-sunnah, Al-jima dan Qiyas (*Ijtihat*) serta memperhatikan batasan-batasan yang tertuang dalam sumber-sumber tersebut.

⁸Nurul Huda Dkk, "Pemasaran Syariah, Teori & Aplikasi", (Penerbit:Kencana,Cimanggis, Depok 2017),H.113.

⁹Nurul Huda Dkk, "Pemasaran Syariah, Teori & Aplikasi", h.113.

b. Etika bisnis Islam

Etika bisnis Islam adalah ahlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai suatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, susila atau ahlak adalah nilai-nilai mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta dan kasih. Apabila nilai etika ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya.

Etika atau ahlak mempunyai kedudukan yang sangat penting bagi kehidupan manusia, baik sebagai individu anggota masyarakat maupun anggota suatu bangsa. Kejayaan, kemuliaan di muka bumi tergantung akhlak mereka, dan kerusakan di muka bumi tidak lain juga disebabkan oleh kejahatan akhlak manusia itu sendiri. Kehidupan manusia memerlukan moral, tanpa moral kehidupan manusia tidak mungkin berlaku.

Etika dalam pemikiran Islam dimasukkan dalam filsafat praktis bersama politik dan ekonomi. Masyarakat Islam adalah masyarakat yang dinamis sebagai mana dari budaya dan peradaban, ajaran Al-Quran penuh dengan kaitan antara keimanan dan moralitas. Islam mengembangkan ilmu-ilmu astronomi, kimia, dan matematika, ilmu. Etika bersama agama berkaitan erat dengan manusia, tentang upaya pengaturan kehidupan dan perilakunya. Islam meletakkan teks suci sebagai dasar kebenaran, sedangkan filsafat Barat meletakkan akal sebagai dasar. Etika Islam memiliki aksioma-aksioma, yaitu:

1) *Unity* (persatuan), konsep tauhid, aspek sosepol dan alam, semuanya miliki Allah, dimensi vertikal hindari diskriminasi di segala aspek, hindari kegiatan yang tidak etis.

2) *Equilibrium* (Keseimbangan), konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan tidak dirugikan.

3) *Free Will* (kehendak bebas) kebebasan melakukan kontrak namun ditolak *laizze fire (invisible hand)*, karena *nafs* amarah cenderung mendorong pelanggaran sistem *responsibility* (tanggung jawab) manusia harus bertanggung jawab atas perbuatannya. Orang lain melakukan hal yang tidak etis tidak berarti boleh ikut-ikutan.

4) *Benevolence* (manfaat/kebaikan hati): ihsan atau perbuatan harus yang bermanfaat.

Etika dalam islam dapat dikategorikan sesuai dengan pendekatannya. Pendekatan-pendekatan etika dalam islam antara lain:1. Etika skriptual-moralitas berdasarkan al-Quran dan Hadis, 2. Etika berdasarkan teologi, rasionalis, semi rasionalis dan voluntaris tunduk kepada kitab, anti rasional. 3. Etika keagamaan tentang manusia dan kedudukan di alam semesta sudah menerima pengaruh teologi dan filsafat yunani.¹⁰

¹⁰Faisal Badreo, Suhendra, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Kencana Prenada Media Group: Jakarta, 2012), halaman 87.

c. Fungsi etika bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam.

Dijelaskan sebagai berikut:

1) Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.

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

3) Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis moderen 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.¹¹ Seperti melarang perdagangan yang bathil karena tidak sesuai dengan ajaran al-Quran dan Sunnah. Perdagangan yang bathil ini dapat diketahui dari hadits-hadits Nabi Muhammad Saw, antara lain:

a) Riba

Al-Quran sangat mengancam keras pemakan riba dan menyebutnya sebagai penghuni neraka yang kekal selamanya di dalamnya (QS. Al-baqarah/2: 275).

¹¹Erly Juliyani, *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam*, Jurnal Ummul Qura 2016 Vol. VII. No. 1, h. 63-66

مَا قَالُوا يَا نَهْمٌ ذَلِكَ الْمَسِّ مِنَ الشَّيْطَانِ يَتَخَبَّطُهُ الَّذِي يَقُومُ كَمَا إِلَّا يَقُومُونَ لَا الرِّبَا يُأْكُلُونَ الَّذِينَ
 لِي وَأَمْرُهُمْ سَلَفَ مَا فَلَهُ رَفَأَتْهُ رَبِّهِ مِنْ مَوْعِظَةٍ جَاءَهُ فَمَنْ الرِّبَا حَرَّمَ البَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا مِثْلَ البَيْعِ إِنَّ
 خَلِدُونَ فِيهَا هُمُ النَّارُ أَصْحَابُهَا وَلَتِكَ عَادَ وَمَنْ جَاءَ اللَّهُ

Terjemahnya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya¹²

Riba secara etimologis berarti pertambahan secara terminologis syar'ih riba ialah, menambahkan tanpa adanya *'iwadh*. Secara teknis, maknanya mengacu kepada premi yang harus dibayar si peminjam kepada pemberi pinjaman bersama dengan pinjaman pokok yang disyaratkan sejak awal. Penambahan dari pokok tersebut disyaratkan karena adanya *nasi'ah* (penangguhan).

b) *Ba'i Najasy*

Transaksi *najasy* di haramkan dalam perdagangan karena sipenjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga yang lebih tinggi, agar orang lain tertarik pula untuk membelinya. Penawar sendiri tidak bermaksud untuk benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya ingin menipu orang lain yang benar-

¹²Kementerian Agama RI, *Al-qur'anul dan Terjemahnya*, (CV.Penerbit Fajar Mulya, Surabaya).

benar ingin membeli yang sebelumnya orang ini telah melakukan kesepakatan dengan penjual. Akibatnya terjadi permintaan palsu (*false demand*). Tingkat permintaan yang terjadi tidak dihasilkan secara almiyah.

c) *Tadlis*

Tadlis ialah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Setiap transaksi dalam Islam harus di dasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-samaridha). Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa di curangi/ditipu karena ada sesuatu yang *unknown to one party* (keadaan dimana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain, ini merupakan *asymmetric information*. *Unknown to one party* dalam bahasa fikihnya disebut *tadlis* (penipuan), dan dapat terjadi dalam 4 (empat) hal, yakni dalam:

1. Kuantitas
2. Kualitas
3. Hargadan
4. Waktupenyserahan

d) Jual beli *Gharar*

Jual beli *gharar* ialah suatu jual beli yang mengandung ketidakjelasan atau ketidakpastian. Jual beli *gharar* dan *tadlis* sama-sama dilarannng, karena keduanya mengandung *incomplete information*. Namun berbeda dengan *tadlis*, dimana *incomplete information* hanya dialami oleh satupihak saja (*onknown to one party*), misalnya pembeli saja atau penjual saja, dalam *gharar incomplete information*

dialami oleh dua pihak, baik pembeli maupun penjual. Jadi dalam *gharar* terjadi ketidakpastian (ketidakjelasan) yang melibatkan dua pihak. Contohnya jual beli ijon, jual beli anak sapi yang masih dalam kandungan induknya, dan sebagai berikut. Sebagaimana *tadlis*, jual beli *gharar* juga terjadi pada empat hal, yaitu: kualitas, kuantitas, harga, dan waktu¹³.

d. Konsep etika bisnis Islam

Konsep etika bisnis Islam hadir sebagai wujud antisipasi terhadap banyaknya penyimpangan dan kekurangan dalam dunia bisnis misalnya penipuan, penggelapan, dan pemerasan yang kemudian menjadi latar belakang munculnya etika bisnis. Selanjutnya konsep etika bisnis Islam berdasarkan Al-Quran dan hadis, pemikiran para ulama dalam bentuk *ijima* ataupun *qiyas* dan pengalaman bisnis dikalangan umat Islam diantaranya dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konsep ketuhanan

Dalam dunia Islam konsep ketuhanan telah melekat dalam setiap aktivitas bisnis, manusia diwajibkan melaksanakan kewajibannya terhadap Allah swt. baik dalam bidang ibadah maupun muamalah, sedangkan dalam bidang bisnis, ajaran Allah telah meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berkenaan dengan transaksi yang berhubungan dengan harta benda halal ataukah haram. Etika bisnis Islam didasarkan pada nilai-nilai luhur yang ada dalam sumber-sumber ajaran Islam seperti nilai-nilai moralitas yang menyeru manusia kepada kebenaran dan kebaikan,

¹³Sulaemain Jajuli “*Ekonomi dalam Al-Quran*” Edisi 1. Cetakan 1, (Depublish: November 2017).h.225-258.

kesabaran dan akhlak serta mencegah untuk melakukan kepaluan, penipuan, kecurangan, kejahatan, dan kemunggaran. Kemudian Islam juga menyerukan agar membantu orang miskin dan melarang untuk berbuat zalim, melanggar hak orang lain dan menumpuk harta secara tidak halal.¹⁴

2. Konsep kepemilikan harta

Pandangan Islam terhadap harta ialah bahwa pemilik mutlak atas segala sesuatu yang ada di muka bumi ini, termasuk harta benda milik Allah swt. kepemilikan yang ada di manusia hanyalah kepemilikan yang bersifat realtif, sebatas untuk melaksanakan *amanah* mengelola dan memanfaatkan sesuai dengan ketentuannya, karena manusia sebagai pemegang *amanah* dan tidak mampu mengadakan benda dari tiada, manusia tidak mampu membuat energi, manusia hanya mampu mengubah dari satu bentuk energi ke bentuk energi lainnya. Konsep kepemilikan harta tersebut tidak ditemukan dalam konsep ekonomi konvensional karena dalam sistem ekonomi kapitalis maupun sosialis memandang harta sebagai milik manusia sebagai individu ataupun kolektif.

Menurut Islam, harta merupakan perhiasan hidup dan manusia bisa menikmatinya dengan baik dan tidak berlebih-lebihan, Islam mengakui bahwasanya manusia memiliki kecenderungan untuk memiliki, menguasai dan menikmati harta. Selanjutnya Islam tidak memandang harta dan kekayaan sebagai penghalang untuk mencari derajat yang tinggi *takarrub* kepada Allah swt. dalam sistem ekonomi Islam

¹⁴Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai" https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=jurnal+implementasi+etika+bisnis+pada+pedagang

tidak ada batasnya untuk memiliki harta serta dalam mencari keuntungan dan kekayaan asalkan dalam cara mendapatkannya dan pengelolaanya tdiak merugikan dan tidak cara batil.¹⁵

3. Konsep benar baik

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

Adapun konsep etika konvensional terkait dengan benar dan salah, baik dan buruk, yaitu terdapat dalam diri manusia itu sendiri, Dan ukurannya terdapat dalam alat kekuasaan jiwa manusia yaitu akal, rasa dan kehendak, serta kodrat manusia. Secara objektif, ukuran baik dan buruk atau benar dan salah menitik beratkan pada sifat kodrat manusia sebagai makhluk berakal.

4. Konsep tanggung jawab

¹⁵Heri Irawan, "Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai" https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=jurnal+implementasi+etika+bisnis+pada+pedagang

Islam sangat menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia, Allah mengaruniai manusia tanggung jawab yang tidak dimiliki oleh makhluk lainnya. Manusia menjadi khalifa di muka bumi, membangun, memakmurkan dan menikmati kenikmatan di bumi, mengeksploitasi bumi segala kecanggihan teknologi yang dimiliki itu semua mempunyai beban tanggung jawab yang senantiasa yang dipikul oleh manusia yang kemudian hari akan dipertanggungjawabkan dihadapan Allah swt.

Dalam dunia bisnis, tanggung jawab terlihat dalam peran lembaga dunia bisnis dalam meningkatkan kehidupan para pelanggan, karyawan dan pemegang saham. Dengan membagikan kekayaan yang dihasilkannya. Para pemasuk dan pesaing pun berharap bahwa lembaga-lembaga bisnis menghormati kewajiban-kewajiban mereka dengan semangat kejujuran dan keadilan sebagai warga yang bertanggung jawab terhadap komunitas lokal, nasional, regional, dan global dimana mereka beroperasi.

Menurut Islam, segala aktifitas bisnis hendaklah dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Tanggung jawab muncul karena manusia adalah makhluk mukallaf, yaitu makhluk yang diberi beban hukum berbeda dengan makhluk lain seperti binatang dan tumbuh-tumbuhan. karena setiap manusia yang dewasa atau *aqil baliq* serta *mumayyiz* (dapat membedakan yang baik dan yang buruk) adalah pemimpin dan mempertanggungjawabkan kepemimpinannya. Tanggung jawab erat dengan *amanat* karena orang yang bertanggung jawab akan melaksanakan beban kepadanya dengan

sebaik-baiknya, Islam sangat mengajurkan agar umatnya menunaikan *amanat* dengan sebaik-baiknya sebagai firman Allah QS an-Nisa/4:58

يَعِظُكُمْ نِعْمًا اللَّهُ إِنَّا بِالْعَدْلِ تَحْكُمُونَ أَن النَّاسِ بَيْنَ حَكْمَتُمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنَتِ تَوَدُّوْا أَنْ يَأْمُرَكُمْ اللَّهُ إِنَّ
بَصِيرًا سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.¹⁶

5. Konsep kejujuran

Konsep kejujuran serta moral adalah setiap usaha untuk menjadi orang kuat, kejujuran merupakan kualitas dasar pribadi moral tanpa kejujuran, seorang tidak akan maju satu langkah pun karena ia belum berani menjadi diri sendiri. Bersikap baik terhadap orang lain tanpa kejujuran adalah kemunafikan. Islam mengajarkan kepada kita kejujuran merupakan syarat paling mendasar didalam melakukan kegiatan. Rosulullah mengajukan kepada umatnya untuk melakukan kejujuran disegala bentuk aktifitas, menurut nabi kejujuran akan membawa kepada kebijakan dan demikian pula sebaliknya kebohongan akan membawa pelakunya kepada keburukan dan bencana.

Seorang bisnis harus berlaku jujur yang di landasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana yang ia inginkan dengan cara

¹⁶Kementerian Agama RI, *Al-qur'anul dan Terjemahnya*, (CV.PenerbitFajar Mulya, Surabaya).

menjelaskan kelemahan, kekurangan serta kelebihan barang yang ia ketahui kepada orang atau mitranya, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat orang lain.

6. Konsep keadilan

Keadilan merupakan kesadaran dan pelaksana untuk memberikan kepada pihak lain sesuatu yang sudah semestinya harus diterima oleh pihak lain, sehingga masing-masing mendapat kesempatan yang sama untuk melaksanakan hak dan kewajiban tanpa mengalami rintangan atau paksaan, memberi dan menerima yang selaras dengan hak dan kewajiban karena adil pada hakekatnya adalah bahwa kita memberikan kepada siapa saja apa yang menjadi haknya, dan karena pada hakikatnya semua orang sama-sama nilainya sebagai manusia jadi perlakuan sama semua orang.

Islam menganggap umat manusia sebagai suatu umat yang mempunyai derajat yang sama dihadapan Allah, hukum Allah tidak membedakan yang kaya dan yang miskin demikian juga tidak membedakan yang hitam dan yang putih, secara sosial nilai yang membedakan antara yang satu dengan yang lain adalah ketakwaan, ketulusan hati, kemampuan dan pelayanan pada manusia.

e. Dasar - dasar etika ekonomi Islam

Etika ekonomi Islam, sebagaimana dirumuskan oleh para ahli ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang mempelajari aspek-aspek kemaslahatan dan kemafsadatan dalam kegiatan ekonomi dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh mana dapat di ketahui menurut akal pikiran (rasio) dan bimbingan wahyu (nasb). Etika ekonomi di pandang dengan akhlak karena keduanya sama-sama membahas tentang kebaikan dan keburukan pada tingkah laku manusia.

Adapun dalam Islam, ilmu akhlak dapat dipahami sebagai pengetahuan yang mengajarkan tentang kebaikan dan keburukan berdasarkan ajaran islam yang bersumber kepada akal dan wahyu. Atas dasar itu, maka etika ekonomi yang dikehendaki dalam islam adalah perilaku sosial-ekonomi yang harus sesuai dengan ketentuan wahyu serta fitrah dan akal pikiran manusia yang lurus.

Di antara nilai-nilai etika ekonomi islam yang terangkum dalam ajaran filsafat ekonomi Islam adalah terdapat dua prinsip pokok, yaitu sebagai berikut:

Pertama, adalah tauhid. Prinsip tauhid ini mengajarkan manusia bagaimana mengakui keesaan Allah sehingga terdapat suatu konsekuensi bahwa keyakinan terhadap segala sesuatu hendaknya berawal dan berakhir hanya kepada Allah Swt. Keyakinan yang demikian dapat mengantar seorang muslim untuk menyatakan bahwa “Sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku, dan matiku adalah semata-mata demi Allah, Tuhan seru sekalian alam”. Prinsip ini kemudian menghasilkan kesatuan-kesatuan sinergis dan saling terkait dalam kerangka tauhid. Tauhid di umpamakan seperti beredarnya planet-planet dalam tata surya yang mengelilingi matahari.

Kedua, prinsip keseimbangan mengajarkan manusia tentang bagaimana meyakini ni segala sesuatu yang diciptakan Allah dalam keadaan seimbang dan serasi. Hal ini dapat di pahami dari Alquran yang telah menjelaskan bahwa “*Engkau tidak menemukan sedikit pun ketidakseimbangan dalam ciptaan Yang Maha pengasih. Ulang-ulanglah mengamati apakah engkau melihat sedikit ketimpangan* “ (QS 67: 3). Prinsip ini menuntut manusia bukan saja hidup seimbang, serasi, dan selaras

dengan dirinya sendiri, tetapi juga menuntut manusia untuk mengimplementasikan ketiga aspek tersebut dalam kehidupan.

Prinsip tauhid mengantarkan manusia dalam kegiatan ekonomi untuk meyakini bahwa harta benda yang berada dalam genggamannya adalah milik Allah Swt. Keberhasilan para usaha bukan hanya disebabkan oleh hasil usaha sendirinya, tetapi terdapat partisipasi orang lain.¹⁷

f. Etika bisnis Islam: Al-Qur'an sebagai pedoman

Mr. Amound Brok, seorang warga negara Inggris yang sangat dikenal berkata, “Undang-undang Muhammad adalah undang-undang yang mengatur seluruh manusia; dari mulai para rajanya hingga rakyatnya yang paling hina. Ia adalah undang-undang yang sangat sempurna, yang mencakup seluruh hukum-hukum pidana dan perdata, serta syariat-syariat yang menerangi, yang tidak pernah ada duanya di dunia.”

Missou Jouti juga berkata, “Setiap kali menelaah Alquran, kami senantiasa merasa takut dan khawatir, akan tetapi kami segera dapat merasakan adanya keindahan yang pada akhirnya membawa kami pada pengakuan akan kebesarannya. Di antara kitab-kitab suci ia adalah contoh yang sangat tinggi dan mulia. Pengaruhnya akan hidup di jiwa-jiwa manusia pada setiap generasi dan setiap masa”. Demikian pula Missou David Bord berkata, “Alquran adalah undang-undang sosial, undang-undang kependudukan, undang-undang perniagaan, undang-undang peperangan, dan

¹⁷Aris Baidowi, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Jurnal Hukum Islam 2011 Vol. 9 No. 2, h.241-244.

undang-undang pidana dan perdata. Namun diatas semua itu, undang-undang langit yang agung.”

g. Etika bisnis Rasulullah Shalallahu alaihi Wasalam

Keberhasilan Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian diri Muhammad yang dibangunnya atas dasar dialogis realitas sosial masyarakat jahiliyyah dengan dirinya. Kemampuan mengelola bisnis tampak pada keberaniannya membawa dagangan khadija dan ditemani hanya seorang karyawan (Maisarah). Jika ia tidak memiliki pengalaman dan kemampuan berdagang maka ia akan menjadi pendamping maisarah. Ia bertanggung jawab penuh atas semua dagangan milik khadija. Demikian juga barang-barang dagangannya yang ia bawah dari pasar ke pasar atau tempat-tempat festival perdagangannya. Berikut beberapa etika bisnis Muhammad dalam praktek bisnisnya antaran lain:

Pertama adalah kejujuran. Dalam melakukan transaksi bisnis Muhammad menggunakan kejujuran sebagai etika dasar. Gelar *al-Amin* (dapat dipercaya) yang diberikan masyarakat Mekkah berdasarkan perilaku Muhammad pada setiap harinya sebelum ia menjadi pelaku bisnis. Ia bebuat jujur dalam segala hal termasuk menjual barang dagangannya. Cakupan ini sangat luas, seperti tidak melakukan penipuan, tidak menyembunyikan cacat pada barang dengan dagangan, menimbang barang dengan timbangan yang tepat, dan lain-lain.

Kejujuran Muhammad dalam bertransaksi dilakukan dengan cara menyampaikan kondisi rill barang dagangannya. Ia tidak menyembunyikan kecacatan barang atau menggunkan barang dagangannya, kecuali sesuai dengan kondisi

barang yang dijualnya. Praktek ini dilakukan dengan wajar dan menggunakan bahasa yang santun. Beliau tidak melakukan sumpah untuk menyakinkan apa yang dikatakannya termasuk menggunakan nama tuhan.

Kedua amanah. Amanah adalah bentuk masdar dari amuna, ya'munu yang artinya bisa dipercaya. Ia juga memiliki arti pesan, perintah atau wejangan. Dalam konteks fiqih, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberi kepada seseorang yang berkaitan dengan harta benda. Muhammad dalam berniaga menggunakan etika ini sebagai prinsip dalam menjalankan aktivitasnya. Ketika Muhammad sebagai salah satu karyawan Khadija, ia memperoleh kepercayaan penuh bahwa barang-barang dagangan Khadija untuk dibawah dan dijual di syam. Ia menjaga barang dagangannya dengan baik selama dalam perjalanan.

Ketiga tepat menimbang, etika bisnis Muhammad dalam menjual barang harus seimbang. Barang yang kering bisa ditukar dengan barang yang kering. Penukaran barang yang kering tidak boleh dengan barang yang basah. Demikian juga dalam menimbang tersebut tidak boleh mengurangi timbangan, tidak boleh menipu, takaran, ukuran, dan timbangan yang benar. Dalam perdagangan, timbangan yang benar harus benar-benar diutamakan. Firman Allah: *“Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”* (QS 83:112).

Keempat tidak menimbun barang. Ihtikar ialah menimbun barang (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat

menjadi naik dan keuntungan besar pun diperoleh). Penimbunan barang tidak diperbolehkan karena akan menimbulkan kemadharatan masyarakat karena barang yang dibutuhkan tidak ada di pasar. Tujuan penimbunan dilakukan dengan sengaja sampai dengan batas waktu untuk menunggu tingginya harga barang-barang tersebut. Muhammad dalam praktek bisnisnya menjahui tindakan penimbunan. Barang dagangan yang dibawahnya selalu habis. Bahkan jika perlu barang-barang yang dimiliki oleh Khadijah akan dijual semuanya. Namun keterbatasan alat transportasi Muhammad bawah barang yang secukupnya.

Muhammad sadar bahwa kebutuhan sehari-hari harus distribusikan dengan baik. Barang dagangan tidak boleh disimpan lama sehingga barang tersebut langka dijumpai di pasar.

Dalam tradisi Jahiliyah, penimbunan barang merupakan salah satu strategi untuk memperoleh keuntungan besar. Mereka menunggu waktu-waktu yang strategis, misalnya pada masa festival pasar Ukas. Pasar ini merupakan pasar yang besar yang digelar setahun sekali, tepatnya pada awal hingga dipertengahan Dzul Qa'dah. Beberapa saat kemudian festival pasar berpindah ke Majannah dan Dzul majid. Tradisi-tradisi penimbunan barang ini seolah-olah sudah terjadwal dari bulan ke bulan.

Kelima tidak melakukan *al-ghab* dan *tadlis*. *Al-ghab* artinya al-khada (penipuan), yakni membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah ipenjual atau pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika terjadi

transaksi. Dalam bisnis moderen perilaku al-ghab atau tadlis bisa terjadi dalam proses mark up yang melampaui kewajaran atau wan prestasi.

Rahasia kesuksesan Muhammad dalam praktek bisnisnya dilakukan dengan menerapkan harga yang sedang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah. Baginya yang penting adalah sirkulasi barang di antara para pedagang dan pembeli. Jangan sampai barang hanya berputar pada sekelompok tertentu saja. Tetapi barang tersebut terdistribusi ke lapisan masyarakat. Jika perputaran barang berjalan dengan baik, maka aktivitas bisnis menjadi stabil, dan harga dapat di jangkau oleh masyarakat. Dalam hal ini Muhammad juga menjual sesuai dengan harga. Ia tidak memanipulasi harga dan tidak kompromi kepada pembeli yang menaikkan harga agar ia memperoleh keuntungan. *Mark up* di lakukan oleh pembelian ketika ia memperoleh pesanan dari pihak lain.

Etika Muhammad dalam menyampaikan informasi seputar barang dagangannya di lakukan secara rinci, ia tidak menyembunyikan kecacatan barang dagangannya. Jika pembeli meminta atas kejujuran Muhammad atas kondisi barang dagangannya dengan sumpah atas nama Tuhan Muhammad selalu menolaknya. Baginya berkata jujur merupakan kunci kesuksesan bisnis.

Keenam gharar. menurut bahasa berarti *al-khatar* yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Dalam akad, *gharar* bisa berarti tampilan barang dagangan yang menarik dari sisi zhahirnya, namun dari sisi substansinya belum tentu baik. Dengan kata lain *gharar* adalah akad yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian, baik mengenai ada atau tidak adanya objek akad, besar

kecilnya jumlah, maupun kemampuan menyerahkan objek yang di sebutkan dalam akad tersebut. Dalam prakteknya Muhammad menjauhi praktek *gharar* , karena memuka ruang perselisihan antara pembeli dan penjual. Muhammad juga melarang penjualan secara *urbun* (bai' al-urbun). Muhammad melarang penjualan dengan lebih dahulu memberikan uang muka (panjar) dan uang itu hilang jika pembelian di batalkan.

Ketujuh saling menguntungkan. Prinsip ini megajarkan bahwa dalam bisnis para pihak harus merasa untung dan puas. Etika ini pada dasarnya mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Seorang produsen ingin memperoleh keuntungan dan seorang konsumen ingin memperoleh barang yang bagus dan memuaskan. Maka sebaiknya bisnis dijalankan saling menguntungkan.

Dalam berniaga Muhammad mendeskripsikan barang dagangan yang akan dibeli oleh konsumen. Jika barang ada cacatnya Muhammad mengatakannya terus terang. Jika barang dagangan bagus, ia mengatakannya sesuai dengan keadaannya. Bahkan dalam satu riwayat, Muhammad memberitahukan harga pembeliannya, dan seberapa banyak konsumen akan memberikan keuntungan diserahkan sepenuhnya kepada konsumen. Atas dasar sikap Muhammad ini, konsumen merasa puas atas barang yang dibelinya, ia akan memberikan keuntungan atau jasa lebih karena perasaan puas.¹⁸

¹⁸Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rosulullah*, Jurnal Walisongo, 2011 Vol.19 No. 1, h.145-151

Kedelapan bisnis yang di laksanakan bersih dari unsur riba. Firman Allah “Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman,”(QS. al-Baqarah/2:278). Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang kesetanan (QS. 2: 275). Oleh karena itu, Allah dan Rasul-Nya mengumumkan perang terhadap riba.

Kesembilan tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya. Nabin Muhammad SAW bersabda, “ janganlah seseorang diantara kalian menjual dengan maksud menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain,” (H.R. Muttafaq ‘alaih).

Kesepuluh bisnis di lakukan dengan suka rela, tanpa paksaan. Firman Allah “Hai oraang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu,” (QS A-annisa,4:29).¹⁹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”²⁰

¹⁹Aris Baidowi, *Etika Bisnis Islam Perspektif Islam*, Jurnal Hukum Islam 2011 Vol. 9 No. 2, h. 245-246

²⁰Kementerian Agama RI, *Al-qur’anul dan Terjemahnya*, (CV.PenerbitFajar Mulya, Surabaya).

adapun hadist diriwayatkan Tirmidzi, dalam At-Tirmidzi IV, 1965: 584, yaitu: (Kertajaya dan Sula, 2006)

الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا

Terjemahnya:

“Kaum muslim terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.” (H.R. Tirmidzi, dalam At-Tirmidzi IV, 1965: 584)

Ini artinya bahwa dalam pemasaran syariah seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami, sepanjang hal tersebut dapat dijamin dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan. (Kertajaya dan Sula, 2006)

3. Sistem Etika Bisnis Islam

Sistem etika Islam berbeda dari sistem etika sukeral dan dari ajaran moral yang diyakini oleh agama-agama lain, model –model sakral ini mengasumsikan ajaran moral yang bersifat sementara dan berubah-ubah karena didasarkan pada nilai-nilai yang diyakini para pencetusnya. Model-model ini pada umumnya membangun sebuah sistem etika yang terisah dari agama. Ajaran moral yang diyakini oleh

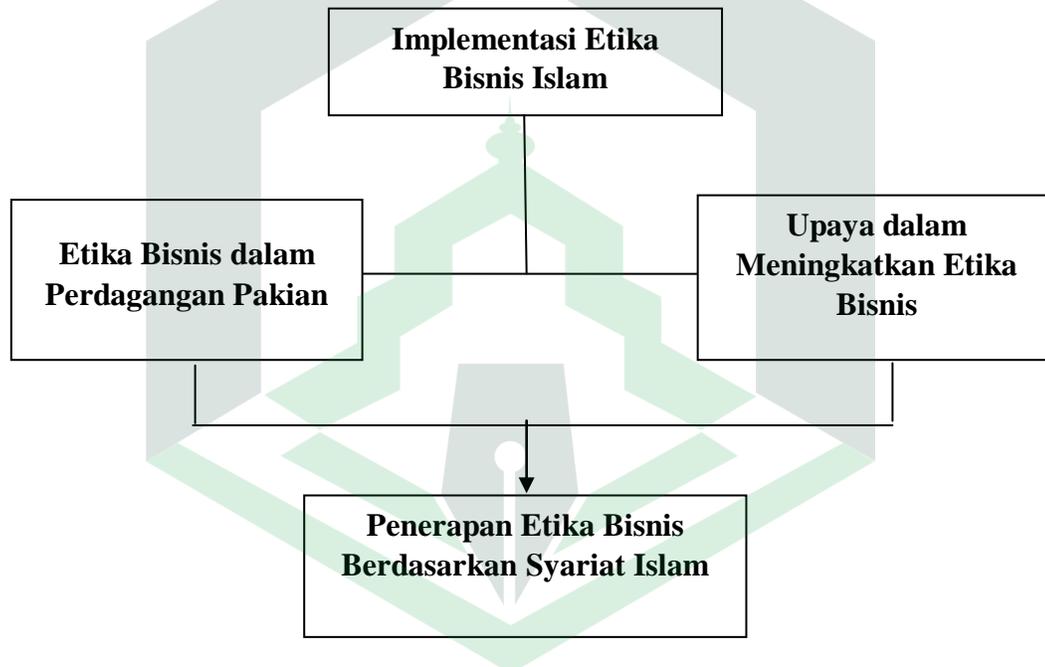
sejumlah agama lain. Adapun sistem etikabisnisIslam telah terungkap dapat dirangkum sebagai berikut:

- a) Berbagai tindakan ataupun keputusan disebut etis bergantung pada nilai individu yang melakukannya. Allah maha kuasa dan mengetahui apapun niat kita sepenuh dan secara sempurna.
- b) Niat baik yang diikuti tindakan yang baik akan dihitung sebagai ibadah. Niat yang halal tidak dapat mengubah tindakan yang haram menjadi halal.
- c) Islam memberikan kebebasan kepada individu untuk percaya dan bertindak berdasarkan apapun keinginannya.
- d) Percaya kepada Allah swt memberikan individu kebebasan sepenuhnya dari hal apa pun atau siapa pun kecuali Allah.
- e) Keputusan yang menguntungkan kelompok mayoritas ataupun minoritas tidak secara langsung berarti bersifat etis dalam dirinya. Etika bukanlah permainan mengenai jumlah.
- f) Islam mempergunakan pendekatan terbuka terhadap etika, bukan sebagai sistem yang tertutup, dan berioritasi diri sendiri,. Egoisme tidak mendapat tempat dalam ajaran Islam.
- g) Keputusan etis harus didasarkan pada pembacaan secara bersama-sama antara Al-quran dan alam semesta.
- h) Tidak seperti sistem etika yang diyakini banyak agama lainnya, Islam mendorong umat manusia untuk melaksanakan tazkiyah melalui partisipasi aktif dalam

kehidupan ini. Dengan berperilaku secara etis di tengah godaan ujian dunia, kaum muslim harus mampu membuktikan ketaatannya kepada Allah swt.²¹

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang teori bagaimana bisa berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di indentifikasi sebagai masalah yang penting.



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pakaian di Pasar Pusat Niaga Palopo dengan memiliki kerangka pikir di atas, dimana etika sebagai inputnya pedagang pakaian sebagai sebagai pengelola dalam memproses suatu usaha dan kemudian akan di implementasikan untuk memperoleh output/hasil yang di inginkan.

²¹Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Pustaka Pelajaran : Yogyakarta, 2004), h. 64.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam metode kualitatif ialah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskriptifkan dan menganalisa fenomena, peristiwa, aktifitas sosial, sikap kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok.

Dari metode dan cara kerjanya, penulis ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif karena penulis berusaha menggambarkan fenomena apa adanya, terhadap apa yang telah terjadi, serta pendapat-pendapat yang muncul baik yang berhubungan dengan sebelumnya, sekarang dan akan datang.

Skripsi yang digunakan penulis adalah penelitian lapangan walaupun demikian untuk kajian yang lebih teoritis penulis masih menggunakan bahan kajian pustaka (*library research*). Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.

Dalam penulisan skripsi ini adapun lokasi penelitian yang dilakukan adalah Pusat Niaga Palopo untuk memperoleh data yang akurat pada proses pengolahan lebih lanjut untuk penyelesaian skripsi ini kedepannya.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian di Pusat niaga palopo adalah penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti menggambarkan dan menjelaskan

situasi dan kondisi yang terjadi. Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara.

Penelitian deskriptif yang dibuat peneliti berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian. Data peneliti bisa diperoleh dari nasakh, wawancara, dokumentasi.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini bermaksud untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data relevan dan mana data yang tidak relevan.

C. Definisi Istilah

Defenisi operasional variabel yang dimaksud untuk menjabarkan variabel-variabel yang timbul dalam suatu penelitian kedalam indikator-indikator yang lebih terperinci. Defenisi operasional yang diperlukan untuk menghindari terjadi kesalahan pahaman intreprastasi pembaca terhadap variabel yang ada dalam penelitian lebih menegaskan bahwa judul penelitian diatas adalah. “Implementasi Etika Bisnis pada Pedagang Pakaian di Pusat Niaga Palopo”.

1. Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk menjalankan kegiatan usaha bisnis yang berhubungan dengan nilai-nilai Islam.

2. Pedagang pakaian adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri.

3. Pusat niaga palopo merupakan suatu tempat dimana bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual-beli yang berhubungan dengan sosial yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan

D. Desain Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus, dengan melakukan wawancara mendalam terhadap para pedagang pakaian mengenai tentang etika bisnis Islam terhadap para pembeli, serta melakukan observasi.

E. Data dan Sumber Data

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi yang di jadikan tempat penelitian yaitu Pusat Niaga Palopo. Lokasi ini dipilih karena sesuai dengan objek yang akan di kaji dalam penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Pusat Niaga Palopo yang terletak dekat dengan terminal kota Palopoyang merupakan transportasi bagi masyarakat. Peneliti ini dilaksanakan pada bulan agustus 2019.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu yang ada dalam dirinya melekat atau terkandung subjek penelitian. Adapun yang menjadi subjek penelitian adalah pusat niaga palopo

Responden adalah penjawab (atas pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan penelitian). Adapun yang menjadi responden penelitian adalah pedagang pakaian di pusat niaga Palopo

3. Sumber Data

b. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber yang diteliti, yang dilakukan dengan wawancara langsung kepada narasumber penelitian.

c. Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak tertentu yang sangat berhubungan dengan peneliti, data ini diperoleh dengan cara:

- 1) Pencatatan yaitu dengan cara mencatat laporan yang mendukung penelitian.
- 2) Studi kepustakaan yaitu metode pengumpulan data dengan membaca referensi yang berhubungan dengan objek penelitian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer yaitu data yang di peroleh secara langsung melalui observasi di lokasi penelitian dan wawancara langsung dengan responden penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti bertindak sebagai instrumen utama karena dalam hal peneltilah yang langsung berhubungan dengan responden dan menjadi dari segalanya dari proses penelitian.

Untuk memudahkan peneliti sebagai instrument pengumpulan data, maka beberapa cara peneliti lakukan yaitu:

- 1) Menyiapkan daftar pertanyaan sesuai permasalahan dan tujuan penelitian yang hendak dicapai.
- 2) Mengidentifikasi informan yang hendak diwawancarai.

3) Mempersiapkan alat-alat kelengkapan untuk menulis atau merekam hasil wawancara.

4) Meminta kesediaan informan untuk memberikan data/dokumen sesuai yang dibutuhkan dalam penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan suatu data proses penulisan, penulis menggunakan tiga metode diantaranya sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yang penulis lakukan dalam proses penyelesaian skripsi ini adalah observasi berstruktur yaitu penulis melakukan pengamatan melalui aspek-aspek saja yang akan diamati di mana kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian yang ada. Pada proses pengamatan penulis terlebih dahulu harus merencanakan hal-hal apa saja yang perlu diamati agar masalah tersebut mudah dipecahkan.²²

2. Wawancara

Menurut Lerbi (1992) dan Hardi (2007) wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan peneliti.²³

Menurut Nazir (1988) wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan peneliti dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar si penanya

²²Riduwan, "Dasar-Dasar Statistik", (Cet.ke 11, Alfabeta, Bandung:2013)h 56.

²³Boediono dan Wayan Koster, "Teori dan Aplikasi Statistika dan Probabilitas Sederhana,Lugas, dan Mudah Dimengerti",(Cet.1, PT Remaja Rosdakarya, Bandung:2001), h 13.

atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview* dengan menggunakan panduan wawancara.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.

H. Teknik Pengelolah Data

1. Editng Data

Proses editng data merupakan proses dimana peneliti melakukan klarifikasi, keterbacaan, konsistensi, dan kelengkapan data yang sudah terkumpul. Editing data juga dilakukan dengan memeriksa kembali dat-data yang telah ditemukan dari segilengkap, kejelasan makna, keterbacaan kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya. Relevansi dan keseragaman satuan atau kelompok data. Dalam hal ini peneliti akan mengecek dan mencocokkan kembali data yang sudah diperoleh agar tidak terjadi keliru dan mencegah tertukarnya data yang diperoleh dari pedagang Pasar Pusat Niaga Palopo.

2. Pengembangan Variabel

Pengembangan variabel yaitu spesifikasi semua variabel yang diperlukan oleh peneliti yang tercakup dalam data yang sudah terkumpul atau kata lain apakah variabel yang diperlukan sudah termasuk dalam data. Pengembangan variabel di

ambil dalam penelitian di pasar pusat niaga palopo berupa implementasi etika bisnis Islam.

3. Organizing, menyusun data yang sekaligus mensistematis data-data yang diperoleh dalam rangka paparan yang sudah direncanakan sebelumnya sesuai dengan permasalahannya. Dalam hal ini peneliti akan mengorganisir data yang diperoleh dengan cara menjadikan beberapa folder sesuai indikator dari rumusan masalah yang diangkat.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah tentang sebuah penelitian²⁴. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. akan melalui tiga kegiatan analisis yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah suatu proses pemilihan data, pemusatan perhatian pada penyerdehanaan data, pengabstrakan data, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

2. Penyajian data

²⁴Risky, “*Teknik Analisis Data Kualitatif, Kuantitatif, Menurut Para Ahli*” ,Desember7,2016.<https://pastiguna.com>.

Penyajian data adalah kumpulan informasi yang tersusun sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Menarik kesimpulan/verifikasi

Sejak langkah awal dalam pengumpulan data, peneliti sudah mulai mencari arti tentang segala hal yang telah dicatat atau disusun menjadi suatu konfigurasi tertentu.²⁵

J. Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), *confirmability* (obyektif). Namun yang paling utama dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah uji kredibilitas data. Dalam uji kredibilitas data meliputi:²⁶

4. Perpanjangan pengamatan

Perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan observasi, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru.

5. Meningkatkan ketekunan

²⁵Niarissabil, "Metode Penelitian Pengelolaan Data", Senin, 03, November 2014. Niarissabil.blogspot.com.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2012),h.458-466.

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan, dengan cara tersebut kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis

6. Triangulasi

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

a. Triangulasi sumber, yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam tahap ini peneliti melakukan pengecekan ke Pusat Niaga Palopo

b. Triangulasi teknik, yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam tahap ini peneliti melakukan teknik wawancara yang selanjutnya dicek dengan observasi dan dokumentasi. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain untuk memastikan mana yang di anggap benar.

c. Triangulasi waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang di kumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang valid sehingga lebih kredibel. Untuk itu, dalam rangka pengujian kredibilitas dapat dilakukan dengan cara

melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.



IAIN PALOPO

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Pusat Niaga Palopo

1. Sejarah Singkat Pasar Sentral Palopo

Pasar sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi untuk memenuhi kepuasan masing-masing. Jual beli dalam Islam sudah dilakukan oleh Nabi Muhammad Sallahu Alaihi Wasalam sejak dulu, dengan berdasarkan syariat agama Islam yaitu jujur dan adil. Masyarakat yang berdagang di pasar sentral Palopo rata-rata merupakan turunan dari keluarga mereka yang sudah sejak dulu menggeluti dunia perdagangan.

Pasar sentral kota Palopo yang di kenal sekarang dengan pusat niaga Palopo(PNP) di resmikan pada tanggal 10 September 2002 sekaligus peletakan batu pertama oleh Bupati Luwu (Alm.) H.Kamrul Kasim. Pada tahun 2004 pusat niaga palopo (PNP) pernah mengalami kebakaran yang kemudian di lakukan renovasi untuk memperbaiki fasilitas yang rusak. Dan tidak layak pakai lagi. Keberadaan pasar sentral kota Palopo ini cukup strategis karena berada di pusat kota Palopo yang merupakan jalur angkutan umum sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat.

Keberadaa pasar sentral kota Palopo ini tidak hanya di rasakan oleh masyarakat kota Palopo saja akan tetapi dapat di rasakan juga oleh masyarakat dari luar kota Palopo sebab letaknya yang mudah dijangkau dan di lalui oleh angkutan umum.

Guna mempercepat pembangunan pasar sentral kota Palopo, maka DPRD pada saat itu membentuk tim khusus untuk mensurvei langsung kelapangan untuk meninjau lokasi, apa benar-benar lokasi tersebut sudah bebas dari pro dan kontrak antar masyarakat. Pasar sentral di kota Palopo yang dibangun di atas tanah kurang lebih 4 hektar dimana sebagian tanahnya milik dan di dalamnya terdapat masyarakat tetapi telah diserahkan kepada pemerintah dengan ketentuan di ganti dengan bangunan dan ruko sehingga pada tahun 2001 terjadilah perjanjian kontrak antara pemerintah daerah(Pemda) dan developer, dimana inti perjanjian kontrak adalah kurang lebih 25 tahun.

2. Letak Geografis

Untuk mengetahui tentang letak geografis PNP, penulis mencoba menjelaskannya walaupun tidak secara detail tetapi secara besar saja. Pasar sentral kota Palopo terletak di jantung kota Palopo yang merupakan salah satu kota termuda di Sulawesi Selatan. Pasar ini terletak dekat dengan terminal kota Palopo yang merupakan transportasi bagi masyarakat umum dan juga pasar dilewati oleh jalur angkutan umum. Oleh karena itu, pasar ini mudah untuk dijangkau baik masyarakat kota Palopo itu sendiri maupun masyarakat luar kota Palopo.

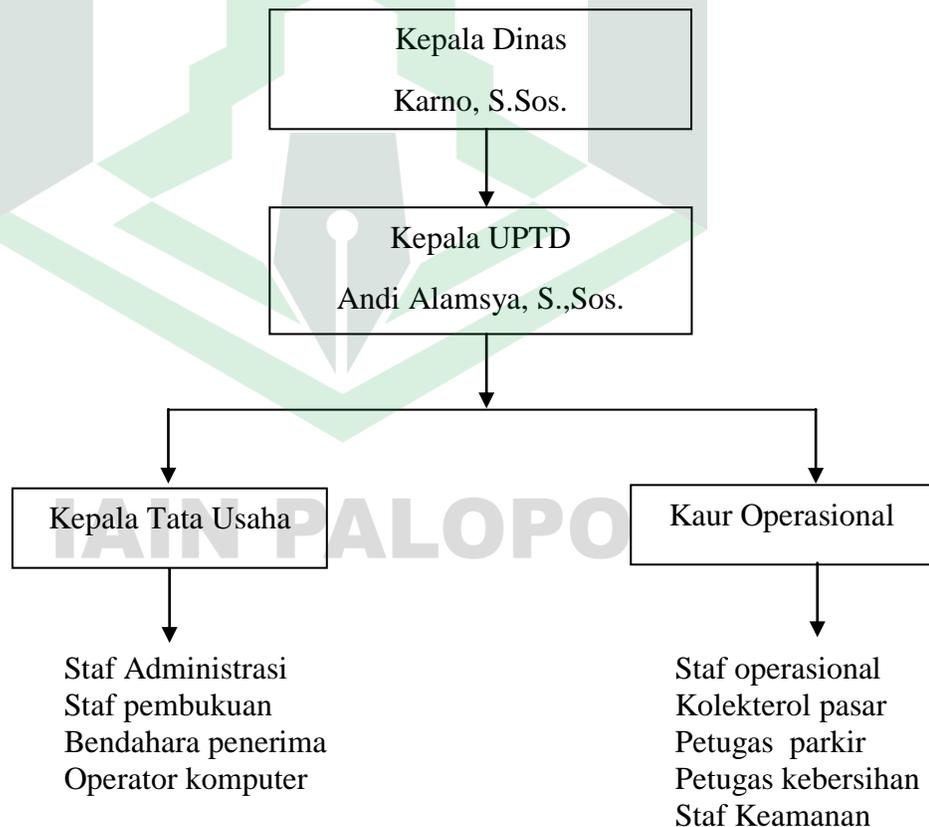
Pasar sentral kota Palopo dibangun di atas tanah seluas kurang lebih 4 hektar dengan batas-batas sebagai berikut:

- a) Sebelah selatan berbatas dengan terminal DangeRakko kota Palopo
- b) Sebelah utara berbatasan dengan jalan KH. Ahmad Dahlan
- c) Sebelah barat berbatasan dengan jalan Gutto Patallo (Jln.Mangga)

d) Sebelah timur berbatasan dengan jalan Rambutan

Letak geografi pasar sentral kota Palopo yang cukup strategis maka diharapkan pasar sentral kota Palopo akan tumbuh dan berkembang dimasa akan datang. Keberadaan pasar sentral kota Palopo sangat dirasakan manfaat dan fungsinya oleh masyarakat kota Palopo sebab masyarakat tidak lagi membutuhkan waktu yang lama untuk mencari kebutuhannya di pasar sentral kota Palopo, akses ini cukup mudah dengan angkutan umu dan jasa angkutan lainnya seperti becak,, dan ojek dalam membntu masyarakat untuk mengantar ke pasar senral Palopo (PNP).

3. Struktur Organisasi PNP



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PNP

4. Kondisi fisik

Adapun kondisi fisik pasar sentral palopo atau pusat niaga palopo seperti dalam tabel berikut

Gambar 4.2 Keadaan Gedung PNP 2019/2020

No	Jenis Gudang	Kondisi Gedung	
		Permanen	Darurat
1	Ruko	154	-
2	Kios	1.010 Petak	-
3	Los Kering	192	-
4	Los Basah	192	-

Fasilitas- Fasilitas Pusat Niaga Palopo

- a) Mushollah
- b) WC umum
- c) Tempat parkir

5. Keadaan Penjual dan Pembeli

- a) Penjual

Keadaan penjual pusat niaga palopo, dari segi barang yang dijual perbelikan umumnya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Penjual sebagai salah satu komponen dalam transaksi berdagang merupakan posisi yang sangat menentukan

keberhasilan dalam transaksi perdagangan, karena fungsi pertama penjual adalah mencari barang yang halal lagi baik karena mereka yang mengelolah dan barang yang akan dijual kepada pembeli.

Dalam syariat Islam, adapun bentuk kebohongan untuk mendapatkan keuntungan pribadi yang mengakibatkan orang tertipu merupakan hal yang tidak dibenarkan dalam Islam. Kita dianjurkan untuk saling tolong menolong dalam hal apapun. Islam adalah agama yang membimbing manusia untuk berperilaku dan bertindak sesuai dengan dengan yang disyariatkan.

b) Pembeli

Kondisi pembeli di Pusat Niaga Palopo selalu ramai oleh pengunjung baik dalam kota maupun dari luar daerah. Pengunjung di pusat niaga palopo paling banyak ialah pada hari-hari besar seperti hari raya Islam, tahun baru karena kebutuhan masyarakat pada saat itu meningkat.

B. Hasil Penelitian

1. Etika Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Sentral Kota Palopo (PNP)

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses atau upaya mengetahui hal-hal yang benar dan salah dalam dunia perdagangan yang berhubungan dengan produk, pelayanan dengan pihak yang berkepentingan dalam berdagang. Dalam dunia bisnis, Islam tidak hanya berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang banyak tetapi juga melihat dari segi nilai-nilai ajaran Islam dalam kegiatannya. Namun banyak terlihat sekarang dalam dunia perdagangan hanya mementingkan dari segi keuntungan tanpa

menjalankan sistem perdagangan yang tidak sesuai nilai-nilai syariah. Agama Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan, dan jual beli. Namun bagi seorang pembisnis dalam Islam dalam menjalankan usaha perdagangannya tentu mempunyai aturan agar segala aktivitas usaha perdagangannya agar mendapat Ridho Allah di dunia dan Akhirat.

a. Kejujuran *(quantity)* dalam menyampaikan barang dagangan yang rusak

Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan karena Tuhan sendiri secara gemblang mengatakan: “Celakalah bagi orang yang curang. Apabila mereka menyukat dari orang lain (untuk dirinya), dipenuhkannya (sukatannya). Tetapi apabila menyukat (untuk orang lain) atau menimbang (untuk orang lain), dikurangnya.” (QS. Al-Mutaffifin:1-3).

Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis Islam. Tetapi etika bisnis moderen juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. Namun kejujuran di pedagang pusat niaga palopo belum terelisasikan secara menyeluruh hal ini dilihat dari hasil wawancara beberapa responden mengatakan bahwa tidak semuanya para pedagang pakaian pusat niaga palopo yang menerapkan etika bisnis Islam karena masih ada yang belum mengetahui tentang etika bisnis Islam.

Berikut ini merupakan hasil wawancara penulis dengan beberapa responden di Pusat Niaga Palopo;

Penulis telah melakukan wawancara dengan ibu Ida mengatakan bahwa:

saya kebanyakan menjual pakaian remaja dewasa baik itu dari baju atasan, gamis untuk kuliah atau jalan sampai gamis pesta, saya ambil barang itu dari salah satu toko di Bandung yang disana memang tempat penjual berbagai jenis gamis dan pakaian remaja dewasa lainnya. Pakaian gamis atau atasan yang saya jual kepada pelanggan harus dicek apakah ada gamis yang robek, warna luntur atau kotor pada saat pengiriman barang dari Bandung ke Palopo, kebanyakan gamis yang dikirim itu dari Bandung ada yang kotor paling kalau ada yang robek saya biasanya pisahkan atau di jahit kembali sebelum di jual di pasar.²⁷

Hasil wawancara diatas sesuai dengan etika bisnis Islam karena tidak menjual barangnya apabila ada yang robek atau kotor dengan cara memperbaiki barang yang rusak.

Kemudian penulis melakukan wawancara dengan pembeli yaitu Ibu Ela dan anaknya Ani mengatakan:

Saya biasanya beli baju pesta disini karena selain model-model dan warna bajunya disini saya suka, juga mengikuti tren jaman sekarang. Dan selama membeli baju disini saya dan anak belum pernah dapat baju disini robek atau luntur,dll.²⁸

Dalam berbisnis para pelaku usaha di harapkan tidak hanya sekedar mengusahkan keuntungan bagi dirinya sendiri saja, namun tetap memberikan keuntungan antara penjual dan pembeli sehingga tidak memberikan kerugian di satu sisi. Inilah yang di sebut etika bisnis dalam Islam.

Penulis telah melakukan wawancara dengan ibu Sumarti mengatakan bahwa:

saya dan keluarga biasanya berganti-ganti menjual kalau hari libur biasanya menjual disini sekeluarga, pakaian disini kebanyakan menjual jenis gamis dari gamis pesta, dll. Kalau saya ambil barang dari Bandung karena di Bandung murah-murah pakaian dan jahitannya bagus dan mengikuti tren gamis yang di cari sama kalangan muda sekarang, biasanya anak muda cari gamis dari bahan

²⁷ Ibu Ida, "Wawancara" Tanggal 27 Juli 2019.

²⁸ Ibu Ela dan Ani, *Pelanggan Wawancara*, Tanggal 27 Juli 2019

wolfice sampai bahan gersi. Saya tidak mau menjual gamis kalau sudah ada yang jelek atau robek biasanya barang lama atau modelnya sudah tidak banyak yang minat dijual murah. Setiap bulan masukan sebanyak 17 juta, paling banyak keuntungan itu Cuma di hari-hari raya seperti Lebaran dan tahun baru.²⁹

Dari penelitian diatas menjelaskan bahwa penjual pedangang pakiaan menjalankan sesuai dengan etika yaitu tidak menjual barang-barang jualannya ketika ada yang sobek atau cacat karena beliau ingin menjua dengan cara yang bersih atau jujur.

Hasil wawancara dari ibu Dian mengatakan bahwa:

Walaupun barang jualan saya sobek saya tetap jual dikarena saya mengambil untung dari pakian yang saya jual, biasanya yang tempat robek di bagian lengan atau jahitannya terbuka. Saya menjualnya dengan harga yang sama dengan barang yang lain.³⁰

Hasil penelitian diatas penjual tidak mengimplementasikan etika bisnis Islam pada point kejujuran dikarenakan tidak melakukan perdagangan dengan cara tidak jujur dan berbobong kepada penjual mengenai barang dagangannya yang rusak. Hal ini diketahui seperti yang dijelaskan dari pembahasan bauran pemasaran syariah pada point transparansi dimana Nabi Muhammad SAW bersabda: “Dikisahkan Hakim bin Hizam: Rasulullah berkata, “Penjual dan pembeli memiliki hak untuk atau mengembalikan barang selama mereka belum berpisah, atau sampai mereka berpisah; dan jika kedua pihak berbicara kebenaran dan menggambarkan cacat dan kualitas (barang), maka mereka akan diberkati dalam transaksi mereka, dan jika mereka

²⁹Ibu Sumarti, *Wawancara*, Tanggal 14 M 2019

³⁰Dian, *Penjual Pakian Dipasar Sentral.Wawancara*, Tanggal 14 Maret 2019.

berbohong atau menyembunyikan sesuatu, maka keberkahan transaksi mereka akan hilang”

b. Keuntungan dalam Islam

Hasil wawancara dari ibu Ina penjual pakaian dipasar sentral mengatakan bahwa:

“Dalam berdagang hanya mengambil keuntungan yang normal saja setiap harinya ia harus adil kepada konsumen dan tidak ingin mengambil keuntungan yang berlebihan dan harus berdagang sesuai dengan syariat Islam. Hal ini dikarenakan menurutnya perputaran penjualan barang dagangan sangatlah baik walaupun keuntungan tidak seberapa tetapi membuat barangnya habis terjual, sedangkan cara ibu Ina menjual syariat Islam karena menurutnya segala apa yang ada di bumi adalah titipan Tuhan dia hanya dapat mengerjakan semata-mata hanya ingin memenuhi kebutuhan hidup keluarganya³¹

Dari hasil penelitian diatas menunjukkan sesuai dengan etika Islam karena tidak mengambil keuntungan sesuai dengan harga yang telah diterapkan pada pasar atau mengambil harga yang normal. Masih banyak pedagang yang mencari keuntungan sebanyak-banyak karena keuntungan adalah yang harus dicapai oleh para pedagang, dengan memanfaatkan waktu yang ada untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi tanpa memikirkan kerugian yang dialami oleh banyak orang mereka hanya memikirkan dirinya sendiri inilah suatu tindakan yang dapat merugikan konsumen.

Hasil wawancara dari ibu Jusni mengatakan bahwa saya menjual pakaian dengan harga yang sangat tinggi tetapi apabila ada pembeli ingin menawarkan

³¹Ina, Penjual Pakaian di Pasar Sentral, *Wawancara*, Tanggal 14 Maret 2019

dibawah harga yang ditawarkan bisa di beri harga yang murah tetapi masih diatas harga pokok, karena saya mau menginginkan keuntungan yang banyak.³²

Hasil wawancara diatas menunjukkan tidak menjalankan etika bisnis karena sangat merugikan pembeli dengan harga yang sangat mahal sehingga penjual mengambil keuntungan yang banyak.

Hasil wawancara dari ibu Hj. Besse Sari Uleung mengatakan bahwa:

Saya telah berjualan selama 19 tahun dan mendapatkan keuntungan sebesar 8jt selama 1 bulan. Selama proses transaksi biasanya saya menjual barang dengan keuntungan yang tidak melambung tinggi dari modal. Tidak hanya melihat dari sisi modal biasanya Saya juga menjual barang dimana kualitas barang dengan harga sesuai atau sama³³

c. Pelayanan kepada konsumen dalam Islam

Penulis telah melakukan wawancara dengan Intan selaku konsumen mengatakan :

Pakaian yang dijual di pasar bagus-bagus selain modelnya kekinian tetapi penjual dari toko sangat galak kalau kita datang membeli baju disana dilarang pegang-pegang kalau tidak berniat untuk membeli dan di beri harga yang sangat mahal tidak seperti dengan harga yang diberikan di toko pakaian yang lain.³⁴

Dari penelitian diatas menunjukkan tidak sesuai dengan etika bsinis Islam dikarenakan penjual bersikap tidak baik kepada pembeli

Seorang pemasar harus lebih memahami untuk mendapatkan hati pelanggan agar tertarik terhadap produk yang dipasarkan namun tetap harus menyadari bahwa

³²Ibu Jusni Pedangang Pakaian Pasar Sentral di Kota Palopo, *Wawancara*, Tanggal 14 Maret 2019.

³³Ibu Hj. Besse Sari Uleung, *Wawancara Pribadi*.

³⁴Intan, Pembeli di Toko Indah Fashion, *Wawancara* , Tanggal 14 Maret 2019

calon pembeli adalah manusia yang harus diperlakukan dengan baik agar tidak kecewa dengan proses transaksi dan pelayanan yang di berikan disinilah peran dari etika berbisnis dalam Islam.

2. Upaya Peningkatan Pedagang Pakaian Etika Bisnis Islam di Pusat Niaga

Palopo

a. Etika pedangang pada pembeli dalam Islam

Dalam hasil wawancara ibu Sumarti mengatakan bahwa: “saya berusaha bertatakrama baik dengan calon pembeli agar mereka merasa nyaman dan membeli di tempat saya”.

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu upaya pedagang yaitu bertatakrama baik dengan calon pembeli agar mendapatkan simpati.

Adapun pedagang yang masih melanggar etika bisnis Islam pada saat melakukan transaksis jual beli pakaian di PNP sehingga peneliti melakukan upaya dengan cara memberi masukan kepada pedagang agar lebih menerapkan lagi etika bisnis Islam agara modal atau keuntungan pada saat melakukan penjualan halal dan baik.

Wawancara dari bapak Sulaiman pemilik tokoh Wilda Colection mengatakan bahwa: “ketika saya melakukan aktivitas jual-belli di pasar, saya melayani pembeli dengan baik dan rahma,karena pefagang hahrus ramah terhadap pembeli dan melayani dengan benar dan jujur sehigga pembeli mejadi senang dan percaya, yang kami lakukan hanya berjualan sesuai etika Islam.”³⁵

³⁵ Sulaiman, Pemilik Tokoh Wilda Colection, *Wawancara* Tanggal 21 April 2021

Sedangkan wawancara pada ibu Sri mengatakan bahwa: “saya kurang paham soal etika dalam berdagang, yang saya ketahui bahwa dalam berdagang hanya mendapatkan keuntungan dan menjual pakaian yang lagi trend sekarang.”³⁶

Dari hasil wawancara di ketahui bahwa para pedagang pakaian ada beberapa pedagang yang telah menerapkan etika Islam dan ada pula pedagang yang masih minim pengetahuan tentang etika Islam dalam melakukan transaksi jual-beli.

b. Kuallitas barang pada pusat niaga palopo (PNP)

Salah satu hasil wawancara dari pembeli pakaian di tokoh aisyah fashion ibu Indah mengatakan: “baru-baru ini saya membeli baju dres di tokoh Aisyah fashion, baju di sana berkualitas, kain baju bagus dan harga yang diberikan tergolong mahal.”³⁷

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa pedagang pakaian di PNP menjual pakaian dengan barang yang berkualitas dalam memuaskan konsumen/pelanggannya.

C. Pembahasan

1. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Etika Bisnis Pedagang Pakaian di Pusat Niaga Palopo

Islam, melalui tauladan Rosulullah SAW dan para Khalifa yang selalu terjaga-tindakannya, menunjukkan betapa pentingnya arti perdagangan atau bisnis. Abu Bakar ra menjalankan usaha perdagangan pakaian, `Umar ra memiliki usaha jagung, dan `Uthman ra juga memiliki usaha perdagangan pakaian. Kaum Anshar yang mengikuti Rasulullah Saw menjalankan usaha pertanian. Sebenarnya, kecuali untuk perdagangan yang telah dilarang. Islam secara aktif mendorong kaum Muslim untuk melakukan bisnis dan perdagangan.

³⁶ Sri, Pemilik Toko Pakaian Khadijah Fashion, *wawancara Tanggal 21 April 2021*

³⁷ Indah, Pembeli Pakaian di Toko Aisyah Fashion, *Wawancara Tanggal 21 April 2021*

Etika berkaitan dengan cara bertindak dan cara kita menjalani kehidupan ini, berkaitan dengan cara bertidak, memilih, berperilaku, dan melakukan hal-hal. Para filsufan biasanya menekankan bahwa etika bersifat normatif (*normative*), yaitu berhubungan dengan alasan bagaimana seharusnya kita bertindak, ilmu sosial seperti psikologi dan sosiologi juga meneliti pengambilan keputusan dan tindakan manusia, namun ilmu-ilmu ini lebih bersifat deskriptif (*descriptive*) ketimbang normatif. Ilmu-ilmu tersebut memberikan penjelasan bagaimana dan mengapa manusia bertindak seperti mereka lakukan, sebagai bertindak. Untuk mengatakan bahwa etika merupakan sebuah disiplin normatif adalah mengatakan bahwa etika berhubungan dengan norma-norma, standar perilaku yang sesuai dan benar. Norma-norma membentuk panduan atau standar, pengertian lainnya adalah norma berhubungan dengan nilai tertentu yang akan ditunjukkan dengan tindakan tertentu. Disiplin-disiplin normatif mnegisyaratkan beberapa nilai yang ditekankan.³⁸

Ekonomi Islam mempunyai tujuan untuk memberikan keseimbangan yang menyeluruh bagi kehidupan di dunia maupun di akhirat. Tujuan nilai-nilai syariah bukan semata-mata hanya di peruntukan kepada kehidupan muslim saja namun seluruh makhluk hidup di muka bumi. Dalam kegiatan bisnis dan transaksi, Islam mengedepankan sistem berbasis nilai dan prinsip syariah.yang bersumber dari Alquran dan As-Sunnah juga di lengkapi Al-Ijma dan Al-qiyas.

Setiap melakukan aktivitas seorang Muslim di anjurkan agar semata-mata mendapatkan Ridho Allah. Begitu juga dalam dunia bisnis, bukan hanya di

³⁸Laura. P Hatman dan Joe Desjardins, *Etika Bisnis*, (Erlangga: Jakarta, 2008) halaman. 8-11.

peruntukan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya saja namun di sisi lain ada hal yang harus di perhatikan agar selalu berpatokan kepada prinsip syariah, dengan begitu kegiatan yang sering di sebut muamalah tidak hanya menghasilkan jerih payah saja namun juga bernilai amal ibadah bagi para pelaku bisnis.

Kegiatan ekonomi dari perspektif Islam merupakan suatu aktivitas yang mampu memberikan kemaslahatan bagi orang banyak. Di harapkan dengan adanya kegiatan ekonomi ini dapat memberikan kesejahteraan, kemakmuran bersama, tentunya akan tercapai apabila kegiatannya telah di jalankan sesuai dengan nilai-nilai Islam, karena pada dasarnya prinsip syariah merupakan ajaran yang di harapkan dapat memberikan kemaslahatan bersama bukan sebaliknya memberikan mudharat.

Nilai-nilai syariah yang tertuang dalam Etika Bisnis Islam ini kiranya dapat diterapkan dalam sistem perdagangan di Pusat Niaga Palopo agar tidak semena-mena dalam melakukan kecurangan dalam berdagang. Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan ataupun jual beli, namun tentu saja untuk orang yang menjalankan usaha perdagangannya secara Islam agar usahanya tersebut mendapatkan Berkah dan Ridha Allah swt di dunia dan di akhirat.

Para pemasar yang penuh kesadaran dan perhatian menghadapi banyak delima moral. Hal terbaik yang harus dilakukan sering tidak jelas. Karena tidak mau manajer mempunyai sensitivasi moral yang bagus, perusahaan perlu mengembangkan kebijakan etika pemasaran perusahaan panduan luas yang harus di ikuti oleh semua orang di organisasi. Kebijakan itu harus mencakup hubungan dengan distributor, standar pemasangan iklan, layanan pelanggan, penetapan harga, pengembangan

produk dan standar etika umum. Jika para pemasar memilih tindakan yang langsung menghasilkan penjualan dalam semua kasus tersebut, perilaku pemasaran mereka mungkin dengan baik digambarkan sebagai kurang bermoral (*immoral*) atau bahkan tidak bermoral (*amoral*). Jika mereka menolak untuk mengikuti tindakan apa pun, mereka mungkin tidak efektif sebagai manajer pemasaran dan tidak bahagia karena ketegangan moral yang terus-menerus. Para manajer membutuhkan seperangkat prinsip yang akan membantu mereka memperhitungkan makna moral tiap-tiap situasi dan memutuskan seberapa jauh mereka dapat mengikuti kesadarannya yang bagus.³⁹

Menurut Masudul Alam Choidhory paling tidak ada lima karakter yang dapat mencirikan dimensi etis pada aktivitas ekonomik (*halalan thoyyiban*) dalam Islam. Kelima karakter tersebut diasumsikan dari kelima sistem moral Islam sebagai berikut:

Pertama, free-interest system, dalam perspektif para sarjana muslim kontemporer infrastruktur perekonomian Islam harus berdiri di atas perekonomian tanpa bunga. Oleh sebab itu, transaksi yang dijalankan kerja dan bisnis (kontrak/akad) mengacu kepada konsep-konsep fiqh muamalah yang sudah di-*convergence* dengan sistem ekonomi dan keuangan moderen. Substansi pelarangan riba adalah untuk mengantisipasi adanya tindakan-tindakan eksploitatif terhadap mereka yang lebih lemah/kecil dalam mekanisme kerja dan bisnis.

Kedua, sistem bagi hasil: dikedepankan dalam merumuskan hubungan kerja antara tenaga kerja dan modal investasi. Islam meraccangkan hubungan antara pihak-pihak yang bertransaksi dalam hubungan *partnership*. Hubungan antara kreditor dan

³⁹ Kotler dan Armstrong, *dasar dasar pemasaran* (PT Indeks :jakarta,2004) hl 922

debitor diminimalisir dalam transaksi keuangan, dan walaupun dilaksanakan, biasanya transaksi yang dijalankan akan diarahkan kepada aktivitas karitatif (*qardul hasan*). Keuntungan dalam sistem bagi hasil dipersentasekan (nisbah bagi hasil) dan keuntungan yang didapat. Konsep ini tidak mengenal *pre determined fix income* (kepastian keuntungan dimuka), dengan alasan ketidaktahuan manusia akan keuntungan yang bakal didapat di masa yang akan datang. Dalam konsep ini setiap asumsi keuntungan dari bisnis tidak akan pernah dikonversi menjadi aktual keuntungan.

Ketiga, joint venture, skema kerja dan bisnis dalam bentuk penyertaan modal (*partnership*). investasi diarahkan kepada *equity base fund* ketimbang *debt base fund*.

Keempat, lembaga *intermediary* yang berkaitan dengan aktivitas karitatif (*charity program*), keberkahan dalam bisnis dan kedermawanan. Ini adalah bentuk dari institusi penengah antara sektor surplus dan defisit, antara dunia dan akhirat.

Kelima, menghindari pemanfaatan dan pemakaian sumber daya secara berlebihan.⁴⁰

Adapun etika yang dijalankan pada Masa Rasulullah Sallahu Alaihi Wassalam:

1. Kewajiban bermoral seperti jujur, amanah, dan paham akan segala aspek perdagangan Dalil dari kewajiban ini, adalah firman Allah SWT. Dalam surat Muhammad/47:21 :

⁴⁰ Drs. Faisal Badroen, MBA, Suhendra, S.Ag., MM. Muhammad Arief Mufraeni, Lc., M.Si. Ahmad D. Bashori, MA. *Etika bisnis dalam islam*, (Kencana purnada media grup,2006) halaman 141-142.

فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ ٢١

Terjemahnya:

“Tapi jikalau mereka berlaku jujur pada Allah, niscaya yang demikian lebih baik bagi mereka”⁴¹

a. Jujur (*quantity*)

Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan karena Tuhan sendiri secara gembang mengatakan: “Celakalah bagi orang yang curang. Apabila mereka menyukat dari orang lain (untuk dirinya), dipenuhkannya (sukatannya). Tetapi apabila menyukat (untuk orang lain) atau menimbang (untuk orang lain), dikurangnya.”Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis Islam. Tetapi etika bisnis moderen juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran.

Namun kejujuran di pedagang pusat niaga Palopo belum terelisasikan secara ini dilihat dari hasil wawancara beberapa responden mengatakan bahwa tidak semuanya para pedagang pakaian pusat niaga palopo yang menerapkan etika bisnis Islam karena masih ada yang belum mengetahui tentang etika bisnis Islam

b. Menjual barang yang baik mutunya (*quality*)

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkesinambungan

⁴¹Kementerian Agama RI, *Al-qur'anul dan Terjemahnya*, (CV.Penerbit Fajar Mulya, Surabaya).

antara memperoleh keuntungan dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Bukankah kebohongan itu akan mmenyebabkan ketidak tentraman, Rosulullah saw. Dalam sabdanya yang diriwayatkan al-Turmudhi dari Abu Musa al-Ansary dari Abd Allah ibn Isdris dari Shu'bah dari Burayd ibn Abi Maryam dari Abi al-Hawra al-Sa'diy dari al-Hasan ibn Aliy yang mengatakan: Aku hafal dari apa yang diucapkan Rosulullah saw.: *“tinggalkanlah apa yang meragukanmu kepada apa yang tidak meragukanmu. Karena sesungguhnya kejujuran (berkata benar) itu adalah membawa ketenangan dan kebohongan (berkata bohong) itu akan melahirkan kegelisahan”* (HR. Al-Turmuzi).

Bahwa memang di pusat niaga Palopo itu berdasarkan hasil wawancara bahwa proses transaksi perdaganga di pusat niaga Palopo telah menerapkan menjual barang baik yang baik mutunya.

c. Menetapkan harga dengan transparan

Menurut Djakfar, harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga denga terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam ribah. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap mendatangkan rahmat dari Allah swt, sebgai sabda Rosulullah saw. Dalam sebuah hadistnya: Sesungguhnya Rosulullah saw. Bersabda: *“allah telah memberi rahmat kepada seseorang yang bersikap toleran ketika membeli, menjual dan menagih janji (utang).”* (HR. Bukhari).

Namun yang saya temukan dari hasil wawancara di pusat niaga palopo bahwa tidak semua pedagang menetapkan harga dengan transparan karena pedagang melakukan permainan dalam harga.⁴²

1. Menghindari jual beli yang tidak dibolehkan syara'.
2. Memurahkan harga dan berkecukupan dengan keuntungan yang sedikit
3. Menghindari transaksi ribawi

a) Peringatan-peringatan bagi para pelaku bisnis.

Islam melarang perdagangan yang bathil karena tidak sesuai dengan ajaran Alquran dan Sunnah. Perdagangan yang bathil ini dapat diketahui dari hadits-hadits Nabi Muhammad Saw, antara lain:

1. Riba adalah praktek yang secara mutlak dilarang dalam Islam. Ribah harus ditiadakan dari semua transaksi, baik itu tunai atau penangguhan (kredit), dengan tujuan investasi atau untuk dipakai. Alasan mengapa riba dilarang secara agama adalah, bahwa riba menghalangi perputaran uang, dan menyebabkan naiknya harga, inflasi, dan pengangguran. Ribah adalah bagian dari eksploitasi keperluan-keperluan manusia yang tidak sah. Faktanya, kerugian-kerugian yang ditimbulkan tidaklah terbatas. Orang-orang yang mempraktekan ribah menjadi malas dan bergantung, bahkan kehilangan selera untuk berusaha yang merupakan pilar dalam sebuah bisnis yang sah

Ayat berikut adalah bukti tentang larangan ribah, QS. Al-Rum:39

⁴²Rahmat Afrizal, *“Etika Bisnis Islam Perspektif Muhammad Djakfar”*, (Universitas Islam Negri Sumatera Utara Medan 2017)

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ
الْمُضْتَعِفُونَ ۝ ٣٩

Terjemahnya:

“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”

2. *Ba'i Najasy*

Transaksi *najasy* diharamkan dalam perdagangan karena si penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga yang lebih tinggi, agar orang lain tertarik pula untuk membelinya. Penawar sendiri tidak bermaksud untuk benar-benar membeli barang tersebut. Ia hanya ingin menipu orang lain yang benar-benar ingin membeli yang sebelumnya orang ini telah melakukan kesepakatan dengan penjual. Akibatnya terjadi permintaan palsu (*false demand*). Tingkat permintaan yang terjadi tidak dihasilkan secara almiyah.

3. *Tadlis*

Tadlis ialah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridha). Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurangi/ditipu karena ada sesuatu yang unknown to one party (keadaan di mana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain, ini merupakan asymmetric information).

Unknown to one party dalam bahasa fikihnya disebut *tadlis*(penipuan), dan dapat terjadi dalam 4 (empat) hal, yakni dalam:

- a. Kuantitas
- b. Kualitas
- c. Harga dan
- d. Waktu penyerahan

4. *Gharar*.

Al-Gharar secara bahasa berarti *al khathr* (resiko, berbahaya), dan *taghrir* adalah melibatkan diri dalam sesuatu yang *gharar*. Dikatakan *gharar binafsihil wa malihhi taghariran* berarti ‘*aradhahuma lilhalakamin ghairi an ya’rif* (jika seseorang melibatkan diri dan hartanya dalam wilayah *gharar* maka itu berarti keduanya telah di hadapkan kepada suatu kebinasaan yang tidak diketahui olehnya)⁴³.

5. Saling Menguntungkan.

Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam bisnis para pihak harus merasa untung dan puas. Etika ini pada dasarnya mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Seorang produsen ingin memperoleh keuntungan dan seorang konsumen ingin memperoleh barang yang bagus dan memuaskan. Maka sebaiknya bisnis di jalankan saling menguntungkan.

⁴³Sulaemain Jajuli “*Ekonomi dalam Al-Quran*” edisi 1. Cetakan 1, (Depublish: November 2017).h.225-258.

2. Upaya Peningkatan Pedagang Pakaian Etika Bisnis Islam di Pusat Niaga Palopo

Mustaq ahmad, dalam bukunya yang berjudul etika bisnis dalam Islam, menyatakan bahwa dalam ajaran Islam terdapat enam etika dasar yang berhubungan dengan bisnis dan perdagangan. Keenam etika bisnis tersebut adalah:

a. Jujur

Kejujuran dalam melakukan transaksi adalah merupakan etika bisnis Islam sehingga pedagang haruslah menerapkan prinsip kejujuran agar mendapatkan ridho Allah, dan tidak ada unsur kecurangan dalam melakukan transaksi jual-beli. Pada penelitian yang dilakukan peneliti pada pedagang pakaian di pusat niaga Palopo kebanyakan pedagang telah menerapkan etika bisnis tetapi masih ada juga yang belum faham akan etika bisnis islam itu sendiri walaupun mayoritas pedagang beragama Islam.

b. Bertanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab harus di tampilkan secara transparan, kejujuran, pelayanan yang baik pada setiap konsumen. Pada penelitian di pusat niaga Palopo para pedagang melakukan pelayanan yang baik kepada setiap konsumennya.

c. Kebebasan dalam usaha ekonomi

Kebebasan berarti setiap individu mempunyai kebebasan penuh dalam melakukan aktivitas bisnis.

d. Keadilan dan perlindungan

Pada prinsip ini menunjukkan bahwa setiap para pedagang harus memberikan barang yang berkualitas pada pelanggannya dan selalu mengutamakan kenyamanan pada setiap konsumen.

e. Berdagang bukan ribah

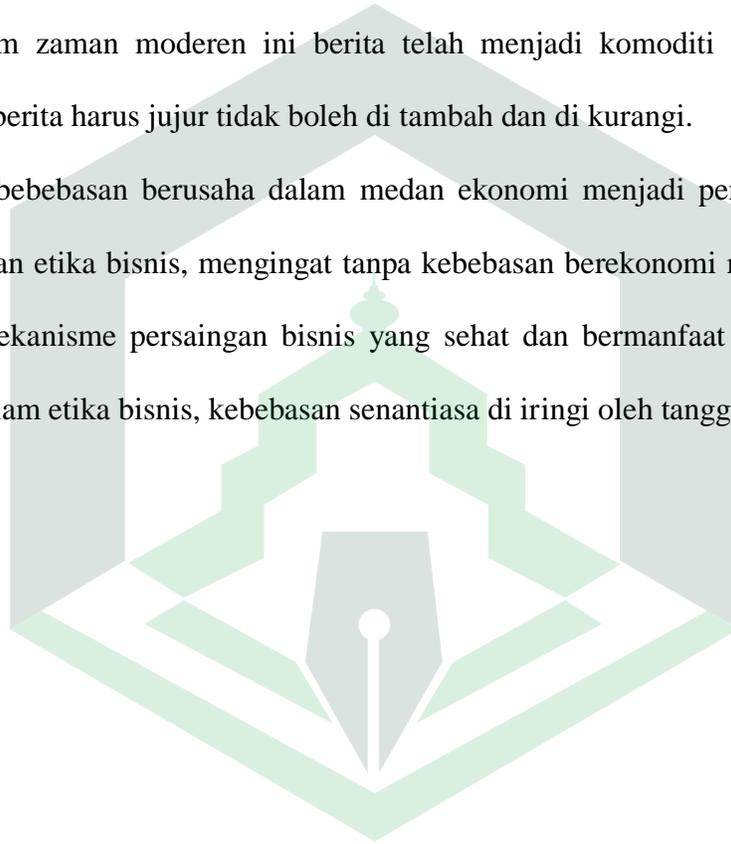
Pendapat ahmad ini menjadi penting dan menarik karena menempatkan kejujuran sebagai etika bisnis nomor satu. Paralel dengan ahmad, para peneliti dari universitas Harvard merilis hasil penelitian yang dilakukan terhadap seluruh lulusannya yang telah bekerja tersebar diseluruh dunia menjadi top manager di beberapa perusahaan menyatakan bahwa sesuatu hal utama yang di harapkan para lulusan harvard dari para karyawannya adalah kejujuran (*honesty*).

Ahmad meletakkan kejujuran sebagai etika bisnis nomor satu, karena dalam posisi hidup di dunia manusia harus bekerja dan jujur dalam arti tidak boleh meminta-minta, tetapi harus mengerahkan segenap upaya baik itu secara fisik dan tenaga sehingga berkeringat, maupun secara ide dan fikiran sehingga menimbulkan tekanan-tekanan mental spritual. Tidak boleh meminta-minta ini menjadi penting apalagi akhir-akhir ini banyak kreasi manusia yang bertentangan dengan etika ini. Bahkan menganggap meminta-minta itu bukan sesuatu yang memalukan karena menurut mereka itulah pekerjaanya.

Sementara itu kejujuran harus berjalan mendampingi norma kerja. Artinya setiap pekerjaan harus dijiwai dengan ruuh berupa kejujuran, dalam arti mengatakan yang sebenarnya tidak mengada-ngada, tidak menambahi dan /atau mengurangi. Kejujuran dalam bisnis menjadi penting artinya karena nilai kerja akan menjadi nihil

manakala diikuti dengan ketidak jujuran. Seseorang menjadi tidak bernilai manakala orang tersebut bertindak curang, tidak memberikan hak seseorang sesuai takarannya, mengurangi manakala menjual dan meminta tambah manakala membeli. Termasuk di dalamnya adalah larangan untuk menambah dan mengurangi omongan dan berita yang dalam zaman moderen ini berita telah menjadi komoditi yang mempunyai ekonomi. berita harus jujur tidak boleh di tambah dan di kurangi.

Kebebebasan berusaha dalam medan ekonomi menjadi penting dalam yang menegakkan etika bisnis, mengingat tanpa kebebasan berekonomi rasanya akan sulit tercipta mekanisme persaingan bisnis yang sehat dan bermanfaat bagi masyarakat. Karena dalam etika bisnis, kebebasan senantiasa di iringi oleh tanggung jawab.



IAIN PALOPO

BAB V

PENUTUP

A. *Simpulan*

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis, dalam hal ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Etika Bisnis Islam pada pusat niaga Palopo pada pedagang ada beberapa pedagang telah menerapkan etika bisnis Islam seperti memberi pelayanan yang baik kesetiap para pelanggan dan menjual pakaian yang berkualitas serta tidak menginginkan keuntungan yang besar, sehingga mereka berprinsip rezeki telah di atur oleh Allah sehingga mereka hanya menginginkan ridho Allah. Sedangkan para pedagang yang belum menerapkan etika bisnis Islam karena minimnya pengetahuan masalah etika bisnis Islam, sehingga mereka hanya menginginkan keuntungan semata.
2. Upaya yang dilakukan dalam meningkatkan etika bisnis perdagangan pakaian yang terdapat di PNP yaitu memiliki loyalitas serta tatakrama yang baik kepada calon pembeli.

B. *Saran*

Seorang pelaku bisnis harus bertindak sebagai pemimpin dalam bisnis dan menjadi contoh teladan bagi yang lainnya tentang bagaimana perilaku-perilaku Islami

bersentuhan dengan kemajuan moderen namun tetap bersandar kepada Allah, untuk mewujudkan target tersebut.



IAIN PALOPO

Daftar pustaka

- Amalia Fitri, *“Implementasi Etika Bisnis Islam pada Pedagang Di Pasar Madina Depok”*, (Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018)
- Alfiani Fitri Ayu. *“Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Jilbab Rabani Imitasi Di Pasar Songgolangit Ponorogo”*, S1 (Institut Agama Islam Negari Ponorogo, 2017)
- Afrizal Rahmat. *“Etika Bisnis Islam Presfektif Muhammada Djakfar”*, (Universitas Islam Negri Sumatera Utara Medan 2017)
- Armstrong dan Kotler, *“Dasar-dasar Pemasaran”* (PT.Index: Jakarta 2004)
- Baidowi Aris, *“Etika Bisnis Presfektif Islam”*, Jurnal Hukum Islam 2011 Vol. 9 No. 2
- Beekum Rafik Isa. *Etika Bisnis Islam*, (Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2004)
- Beekum Siti Mina. *Perilaku Pedagang Pasar Tradisonal Ngaliyan Semarang dalam Presfektif Etika Bisnis Islam*, (Universitas Islam Negri Walisogo Semarang 2015)
- Boedini dan Wayan Koster. *“Teori dan Aplikasi Statistik dan Probilitas Sederhana, Lugas, Serta Mudah Dimengerti”*, (PT. Rosdiana Mudah Karya: Bandung, 2001)
- Badroen. Faizal, Suhendra, dkk. *“Etika Bisnis dalam Islam”*, (Kencana Pernada Grup: Bandung, 2006)
- Elide Elfi Barus. Nurani, *“Implementasi Etika Bisnis Islam”*, Jurnal Presfektif Ekonomi Darusalam 2016, Vol. 2 No. 2
- Farih, *“Etika dan Perilaku Bisnis Islam Pedagan pada Kawasan Pasar Palmerah’*, (Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah Jakarta 2017)
- Hatman Laurah. P dan Joe Desjardis *“Etika Bisnis”*, (Erlangga: Jakarta, 2008)
- Haryani Siska, dkk, *“Implementasi Data Mining Untuk Memprediksi Masa Studi Mahasiswa Menggunakan Algoritma C4.5 (Universitas Dehasen Bengkulu), Jurnal Media Infotman 2015 Vol 1 No. 2*
- Huda Nurul, dkk, *“Pemasaran Syariah, Teori dan Aplikasi”* (Kencana Cimanggi: Depok, 2017)

- Irawan Heri, “*Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*”, (Pasca Sarja Universitas Islam Negri Aauddin Makassar, 2017)
- Jajuli Sulaiman, “*Ekonomi dalam Al-Qur’an*”, Edisi 1 Cetak 1, (Depublish: November 2017)
- Juliani Erty, “*Etika Bisnis dalam Presfektif Islam*”, Jurnal Ummul Quran 2016, Vol. VII No. 1
- Kementrian Agama RI, “*Al-qu’an dan Terjemahan*”, (CV: Fajar Mulya, Surabaya)
Niarisabil, “*Metode Penelitian Pengelola Data*”, Senin, 03 November 2014,
Niarisabila.Blogspot.com
- Rusdiana Nana, “*Etika Bisnis Islam Pedagang Ikan Pasar Besar Kota Palngkara dalam Presfektif Ekonomi Islam*”, (Insitut Agama Islam Negri Palangkara, 2016)
- Rahmat Diding, “*Implimentasi Kebijakan Program Bantuan Hukum Bgai Masyarakat tidak Mamapu di Kabupaten Kuningan*”, Jurnal Ekonomi 2017 Vol 1 No. 1
- Risky, “*Teknik Analisis Data Kualitatif Menurut para Ahli*”, 7 Desember 2016,
<https://pastiguna.com>
- Ridwan, “*Dasar-dasar Statistik*” (Alfabet: Bandung, 2013)



IAIN PALOPO