

**PERSAINGAN BISNIS PEDAGANG
PASAR GANEFO MRANGGEN DEMAK
DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Tugas dan Syarat
guna Memperoleh Gelar Sarjana dalam
Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:
Novita Sa'adatul Hidayah
(102411101)

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2015**

H. Muhammad Saifullah, M.Ag

Jl. Taman Karonsih IV No. 1181 RT/RW 07/IV Ngaliyan, Kota Semarang

H. Johan Arifin, S.Ag.,MM

Perum BPI Blok D No.1 Rt/Rw 02/01 Purwoyoso Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Novita Sa'adatul Hidayah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami menyatakan bahwa naskah Skripsi saudara:

Nama : Novita Sa'adatul Hidayah

NIM : 102411101

Judul : **PERSAINGAN BISNIS PEDAGANG PASAR
GANEFO MRANGGEN DEMAK DALAM
TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM**

Dengan ini telah kami setuju dan mohon kiranya Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 25 Mei 2015

Pembimbing I



H. Muhammad Saifullah, M.Ag
NIP. 19700321 199603 1 003

Pembimbing II



H. Johan Arifin, S.Ag.,MM
NIP. 19710908 200212 1 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Prof. Dr. Hamka KM 2 Kampus III Ngaliyan Semarang 50185 (024) 7601291

PENGESAHAN

Nama : Novita Sa'adatul Hidayah
NIM : 102411101
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat **cumlaude/baik/cukup**, pada tanggal:

15 Juni 2015

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu/S1) dalam ilmu Ekonomi Islam

Semarang, 15 Juni 2015

Ketua Sidang

Drs. Saekhu, MH
NIP. 19690120 199403 1 004

Mengetahui

Sekretaris Sidang

H. Johan Arifin, S.Ag., MM
NIP. 19710908 200212 1 001

Penguji I

Choirul Nuda, M.Ag
NIP. 19760109 200501 1 002



Penguji II

Taufiq Hidayat, Lc., MIS
NIP. 19720307 200604 1 002

Pembimbing I

H. Muhammad Saifullah, M.Ag
NIP. 19700321 199603 1 003

Pembimbing II

H. Johan Arifin, S.Ag., MM
NIP. 19710908 200212 1 001

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)Nya. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)Nya pula. (QS. Az-zalzalah: 7-8).¹

¹ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002, h. 600

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, atas Rahmat dan Hidayah-Nya selama ini, maka penulis dengan tulus ikhlas persembahkan skripsi ini untuk:

1. Bapak dan Ibu tercinta “Bapak Kusmadi” dan “Ibu Parminah” yang telah membesarkan penulis, atas segala kasih sayang dan do’a tulus untuk kesuksesan penulis.
2. Kakakku mas Mahmudi, terima kasih atas segala perjuanganmu membantu proses studi penulis.
3. Kakakku tercinta, mas Lukman dan istri, mas Parsuki dan istri, mbak Endang dan suami, yang selalu memberi semangat dan do’a.
4. Keponakanku, Mahdan, Mahda, Azka, Naira, Rifda, Muna, Gilang, dan Silvi, yang selalu memberi keceriaan.
5. Paklek Yayuk dan istri, yang telah memberi semangat dan do’a.
6. Teman-teman KKN ke 62 posko 30 “Kesongo” terutama untuk “the breet” yang memberi semangat dan motivasi untuk penyelesaian skripsi.
7. Sahabat-sahabatku, naning, rihana, muniroh, ulya rembang, rini, ulya gendut dan teman-teman EIC’10 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih untuk semangat dan motivasi kalian.

Kepada semua pihak yang telah bersedia dengan tulus ikhlas mendoakan dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, semoga Allah selalu memberikan limpahan rahmat dan hidayahnya serta kesabaran dan ketabahan kepada semua dalam perjalanan hidup ini.

“TERIMA KASIH UNTUK SEMUANYA”

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab. Penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisikan materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, Januari 2015

Deklarator,



Novita Sa'adatul Hidayah
NIM. 102411101

ABSTRAK

Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis memilih pasar Ganefo sebagai obyek penelitian. Alasannya adalah pasar Ganefo merupakan pasar tradisional yang ada di Mranggen dan pasar tradisional adalah tempat yang rentan akan penyimpangan-penyimpangan, seperti penipuan, pengoplosan barang halal dengan barang haram, dan sebagainya.

Rumusan penelitian ini adalah tentang bagaimana persaingan bisnis para pedagang pasar Ganefo dalam tinjauan etika bisnis Islam. Persaingan terkait tempat, harga, produk dan pelayanan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-analitik yaitu menggambarkan fakta yang ada di lapangan yang diperoleh dari data-data yang diperoleh. Data yang diperoleh adalah data yang memberikan gambaran tentang permasalahan yang berhubungan dengan persaingan bisnis para pedagang pasar ganefo. Kemudian dilakukan analisis mengenai permasalahan tersebut. Guna memperoleh data yang akurat penulis melakukan wawancara dengan para pedagang pasar Ganefo dan observasi ke pasar Ganefo.

Melalui penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa persaingan bisnis yang terjadi di pasar Ganefo adalah meliputi persaingan tempat, persaingan harga, persaingan barang dagangan, dan persaingan pelayanan. Kemudian persaingan bisnis yang terjadi di pasar ganefo sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, terbukti dengan aktivitas-aktivitas persaingan yang terjadi di pasar Ganefo tidak menyimpang dari ajaran Islam, namun masih ada beberapa aktivitas-aktivitas dari pedagang yang menyimpang dari ajaran Islam.

Kata Kunci : Persaingan Bisnis, Etika Bisnis Islami

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji dan syukur dengan hati yang tulus dan pikiran yang jernih, tercurahkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah, dan taufik serta inayah-Nya dan tidak lupa pula penulis panjatkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengangkat derajat manusia dari Zaman Jahiliyah ke Zaman terang benderang yakni Dinul Islamiyah.

Skripsi berjudul “Persaingan Bisnis para Pedagang Pasar Ganefo Mranggen dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam” ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana S- 1 pada Program Studi ekonomi Islam Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.

Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini mendapat bantuan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan rasa hormat yang dalam penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
2. H. Nur Fatoni, M.Ag selaku Kajor Ekonomi Islam, dan H. Ahmad Furqon, Lc, M.Ag selaku Sekjur Ekonomi Islam.
3. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku dosen pembimbing I dan H. Johan Arifin, S.Ag., MM. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran

untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

4. Dosen, pegawai, dan seluruh civitas akademika di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Pengelola dan pedagang pasar Ganefo Mranggen yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di sana.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis hingga dapat diselesaikan penyusunan skripsi ini.

Kepada mereka semua penulis tidak dapat memberikan apa-apa hanya untaian terima kasih dengan tulus serta iringan doa, semoga Allah membalas semua amal kebaikan mereka dan selalu melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang berkesempatan membacanya.

Pada akhirnya penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan dalam arti yang sebenarnya. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya. Amin.

Semarang,
Penulis

Novita Sa'adatul Hidayah
NIM. 102411101

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN ABSTRAK	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	x
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat penelitian	7
D. Metodologi Penelitian	8
E. Telaah Pustaka	10
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II : TINJAUAN UMUM TENTANG PERSAINGAN BISNIS DAN ETIKA BISNIS ISLAM	
A. Persaingan Bisnis	15
1. Pengertian Persaingan Bisnis	15
2. Landasan hukum Persaingan Bisnis	19
3. Faktor Pendorong Persaingan	19
B. Etika Bisnis Islam	20
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	20

a. Etika	20
b. Bisnis	21
c. Etika Bisnis Islam	23
2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam	24
3. Fungsi Etika Bisnis Islam	27
4. Prinsip Etika Bisnis Islam	28
C. Pasar.....	36
1. Pengertian Pasar	36
2. Bentuk Pasar	37
3. Mekanisme Pasar	39
4. Distorsi pasar	40

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Latar Belakang Berdirinya Pasar Ganefo	44
1. Sejarah Pasar Ganefo	44
2. Barang Yang di Jual	45
3. Kondisi Pasar Ganefo	46
4. Upaya Pemerintah Daerah	48
5. Permasalahan Pasar Ganefo	49
6. Daya Dukung dan Daya Tampung	51
7. Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo ...	52

BAB IV : ANALISIS PERSAINGAN BISNIS PARA PEDAGANG PASAR GANEFO DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Persaingan Tempat	56
B. Persaingan Harga	59

C. Persaingan Produk	64
D. Persaingan Pelayanan	67

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Saran-saran	83
C. Penutup	84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam Era Globalisasi dewasa ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan, dan teknologi.¹ Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya lebih cenderung mengarah kepada kebutuhan yang beraneka ragam, salah satunya adalah dengan akad. Akad adalah suatu perikatan antara *ijab* dan *qabul*.²

Manusia berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhannya yang terkadang mereka tidak mempertimbangkan kepentingan orang lain dan menjadikan manusia yang materialistis serta meninggalkan norma-norma kemanusiaan dan nilai-nilai kemanusiaan. Manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas, menjalin hubungan dengan cara melakukan kerja sama dengan orang lain yaitu melakukan penawaran dan permintaan (*supply and demand*) untuk mengantisipasi

¹M. Yahya Harahap, *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Bandung : Alumni, 1986, h. 6.

²Rachmat Syafe'i , *Fiqih Muamalah*, cet 1, Bandung: Pustaka Setia, 2001, h. 82.

globalisasi ekonomi dan menguatkan kekuatan pasar agar mampu dalam bersaing yang dikenal dengan istilah bisnis.³

Selama ini banyak orang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para ‘pelaku bisnis’ menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin. Hal ini tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggung jawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.⁴

Qurais Shihab dalam bukunya menyebutkan “ sejalan dengan perkembangan zaman, kecenderungan bisnis sekarang kian tidak memperhatikan masalah etika. Akibatnya sesama pelaku bisnis sering bertabrakan kepentingannya, bahkan saling membunuh. Kondisi ini menciptakan pelaku ekonomi yang kuat kian merajai. Sebaliknya, yang kecil makin terlindas. Keadaan

³Redi panuju, *Etika Bisnis Tinjauan Empiris dan Kiat Mengembangkan Bisnis Sehat*, Jakarta :PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia, 1995, h. vi

⁴Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, Jurnal Hukum Islam, Vol 19, N. 1, Mei 2011, h. 128

seperti ini mengancam pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis.⁵

Manusia dalam memenuhi kebutuhan adalah dengan jalan perdagangan. Perdagangan dalam islam dihalalkan. Ini sejalan dengan firman Allah dalam Al Qur'an :

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “*Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*”⁶

Yusuf Qardhawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu :

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
6. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.⁷

⁵M. Quraish Shihab, *Etika Bisnis dalam Wawasan Ai-Qur'an* dalam Jurnal Kebudayaan dan Peradaban ULUMUL QUR'AN vol 3, No. VII, 1997, h. 4

⁶ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002, h. 588

Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini ada sebagai refleksi dari keimannya kepada Allah, bahkan Rasulullah menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan moralitas.⁸

Dewasa ini masih banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang. Masalah yang rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional. Beberapa penyimpangan yang sering ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dan timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram.⁹ Selain itu adalah persaingan. Persaingan yang

⁷ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997, h. 173

⁸ Aris, Baidowi. *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Jurnal Hukum Islam, Volume 9, Desember 2011, Nomor 2, h.4

⁹ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syariah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas tasikmalaya, 2010, h. 2

sempurna, adalah sesuai dengan kesepakatan pasar. Yang semua itu juga sudah diatur dalam islam, bahwa tidak merugikan salah satu pihak. Contohnya adalah persaingan harga. Persaingan harga pasar harus ditentukan dengan kesepakatan bersama yang tentunya tidak merugikan pedagang lain, pembeli dan komponen lainnya.¹⁰

Dengan mengacu praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibnu Taymiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang islami adalah:

1. Orang harus bebas keluar masuk pasar.
2. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang dagangan
3. Unsur-unsur monopolistik harus dienyapkan dari pasar. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan.
4. Adanya kenaikan penurunan harga yang disebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran
5. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.¹¹

Penulis memilih Persaingan Bisnis. Pemilihan topik ini karena penulis melihat persaingan yang terjadi di Pasar

¹⁰<http://profesionalmuda.blogspot.com/2010/12/tips-ekonomi-syariah-persaingan-usaha.html> diakses pada 16-09-2014

¹¹ Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam” Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar”*, Jurnal Hukum Islam, vol IV no. 2, Desember 2005, h. 122

Ganefo. Jika salah seorang pedagang laris melebihi pedagang lain dan harga yang ditawarkan dibawah harga pedagang lain maka akan menjadi bulian pedagang lain.¹² Selain itu ketika ada seseorang menawarkan barang kepada satu penjual, dan penjual lain akan membeli juga barang seseorang tersebut dengan langsung memesan dan membayar tanpa melihat jumlah dan kualitas barang tersebut. Kemudian terdapat pedagang yang mengaku barang kualitasnya bagus kepada pembeli agar pembeli tertarik membelinya, meskipun pada kenyataannya barang dagangannya tidak sebgus yang diceritakannya. Dari semua pedagang pasar di Ganefo, ada sebagian pedagang yang berperilaku seperti diatas. Berdasarkan pemikiran diatas maka penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “ *Persaingan bisnis para pedagang pasar Ganefo Mranggen Demak dalam Tinjauan Etika bisnis Islam* “. Hal ini menarik untuk diteliti terkait persaingan bisnis dalam tinjauan etika bisnis islam para pedagang di pasar Ganefo, Mranggen. Dalam hal ini di dalamnya persaingan bisnis para pedagang di pasar Ganefo, Mranggen. Penulis memilih para pedagang di pasar ganefo karena pasar ganefo tergolong pasar besar di daerah Mranggen khususnya dan daerah sekitarnya pada umumnya.

¹²Hasil wawancara dengan Ibu Siti Rohmah (salah satu pedagang pasar Ganefo) pada 19 Juni 2014

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas adalah Bagaimana Persaingan Bisnis Para Pedagang di Pasar Ganefo, Mranggen dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seperti apa persaingan bisnis para pedagang di Pasar Ganefo
2. Untuk mengetahui etika bisnis islam yang dilakukan pedagang di Pasar Ganefo
3. Memberi masukan bagi pedagang di Pasar Ganefo dan mengkritisi etika bisnis islam di Pasar Ganefo, Mranggen

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah

a. Bagi penulis

Penelitian ini memberikan dan menambah pengetahuan penulis tentang etika bisnis islam, juga merupakan apresiasi terhadap teori-teori yang pernah penulis dapatkan selama menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo Semarang.

b. Bagi Pedagang

Memberi dan menambah wawasan para pedagang tentang ekonomi islam yang dicontohkan oleh Rasulullah

c. Bagi pihak lain

Menambah Khazanah ilmu pengetahuan tentang Etika bisnis Islam.

D. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah cara yang dilaksanakan seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada ditempat penelitian dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan, hal ini dilakukan untuk menemukan kebenaran.¹³ Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian langsung yang penulis lakukan di pasar Ganefo, Mranggen.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif analitik, yang bertujuan untuk menguraikan tentang sifat-sifat dari suatu keadaan dan memaparkan uraian (data dan informasi) yang berdasarkan pada fakta yang diperoleh dilapangan.¹⁴ Terhadap objek yang diteliti dalam hal ini adalah para pedagang di pasar Ganefo, Mranggen.

¹³ Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT.Gramedia,1981, h.13

¹⁴ J.Supratno, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, Jakarta:Rineka Cipta,2000, h.38

3. Pengumpulan Data

a. Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data melalui proses dialog pewawancara dengan responden.¹⁵ Dalam hal ini adalah wawancara kepada para pedagang pasar Ganefo, Mranggen.

b. Observasi

Metode observasi adalah suatu proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara sistematis terhadap obyek penelitian yang diteliti dengan cara langsung dan terencana bukan karna kebetulan.¹⁶ Dalam hal ini penulis observasi ke pasar ganefo. Mranggen untuk mengetahui persaingan bisnis para pedagang.

c. Analisis Data

Menganalisis data berarti menguraikan data atau menjelaskan data sehingga berdasarkan data itu pada gilirannya dapat ditarik pengertian dan kesimpulannya.¹⁷ Data yang sudah berhasil dikumpulkan dan diklarifikasi secara sistematis selanjutnya dilakukan analisis dengan

¹⁵ Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian Ilmiah: Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta:PT.Bina Aksara, 1985, h. 126

¹⁶ Winarno Surahman, *Pengantar Metodologi Ilmaiah*, Bandung: Tarsito, 1982, h.132

¹⁷ Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metode Penelitian* Yogyakarta:kurnia Alam Semesta,2003, h.65

menggunakan metode kualitatif, yaitu menggambarkan secara sistematis data yang tersimpan sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan.

d. Teknik Penulisan

Teknik penulisan yang digunakan dalam penulisan skripsi ini mengacu pada buku pedoman penulisan skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syari'ah IAN Walisongo Semarang2014.

E. Telaah Pustaka

Dalam melakukan penelitian skripsi ini,peneliti bukanlah yang pertama dalam melakukan penelitian, namun menggunakan acuan skripsi lain yaitu:

1. Skripsi Misbahul fata dengan judul“ *Praktek Banggel Handphone di Jogjatronik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam* “(Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,2009).¹⁸ Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa dalam pelakanana praktek banggel handphone dijogjatronik sama dengan praktek jual beli yang lain,begitu juga etika bisnis yang diterapkan oleh para pedagang ebagian besar sesuai dengan kaidah etika islam, baik dari nilai-nilai yang umum (keadilan dan kejujuran) maupaun

¹⁸ Misbahul Fata, *Praktek Banggel Handphone di Jogjatronik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam* : UniversitasIslam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta,2009

nilai-nilai yang khusus dalam etika bisnis seperti jenis barang yang dijual atau pemenuhan hak-hak konsumennya.

2. Skripsi Anur Shabrina dengan judul "*Persaingan Usaha(Studi kasus pada Pedagang Pasar Klewer,Solo*"(Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,Yogyakarta. 2014).¹⁹ Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa persaingan usaha para pedagang di pasar Klewer,Solo sudah sesuai dengan etika bisnis yang ada, meskipun masih ada praktek-praktek perdagangan yang menyimpang.
3. Muhammad Saman dengan judul "*Persaingan Industri PT. Pancatana Centralindo (Perspektif Etika Bisnis dalam Islam)*"(Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,2010).²⁰ Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa etika atau perilaku yang ditanamkan PT. Pancatana Centralindo terhadap karyawan tidak sepenuhnya dilaksanakan, ini masih terbukti masih ada karyawan yang menjual harga barang berbeda dengan harga yang telah diberlakukan oleh pemilik perusahaan.

¹⁹ Anur Shabrina, *Persaingan Usaha(Studi kasus pada Pedagang Pasar Klewer,Solo* :Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta, 2014

²⁰ Muhammad Saman, *Persaingan Industri PT. Pancatana Centralindo (Perspektif Etika Bisnis dalam Islam)* :Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta,2010

Penelitian yang dilakukan oleh Misbahul Fata. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2009. Penelitian ini lebih memfokuskan pada praktek bangga dalam perspektif islam. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptik analitik. Data yang diperoleh adalah data yang memberikan gambaran secara obyektif tentang suatu permasalahan yang berhubungan dengan praktek jual-beli handphone di Jogjatronik.

Penelitian oleh Muhammad Saman, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta(2010). Penelitian ini menitik beratkan pada persaingan usaha pada sebuah perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Hasil penelitian yang satu dengan yang lain tidak sama. Hal ini disebabkan karena adanya faktor yang tidak sama antara penelitian satu dengan yang lainnya. Penelitian yang akan saya lakukan di pasar Ganefo ini lebih memfokuskan pada persaingan bisnis. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persaingan bisnis para pedagang di pasar Ganefo, dan bagaimana persaingan bisnis para pedagang di pasar Ganefo dalam tinjauan Etika Bisnis Islam.

F. Sistematika Penulisan

Dalam skripsi ini, penulis membagi pembahasan menjadi lima bab, dan tiap-tiap bab terdiri dari sub bab. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian ,tinjauan studi terdahulu,metodologi penelitian, dan sistematika penulisan

BAB 11 : KAJIAN TEORITIS

Dalam bab ini terdiri dari tiga sub bab. Sub bab yang pertama menjelaskan persaingan bisnis terlebih dahulu, dan kemudian etika bisnis islami seperti apa yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai definisi, dasar hukum dan perilaku yang ada dalam etika bisnis islam. Sub bab yang kedua menjelaskan tentang pasar yang didalamnya dibahas tentang pengertian, jenis pasar dan mekanismenya.

BAB 111 : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang gambaran umum dari objek penelitian penulis yaitu Pasar Ganefo Mranggen, Demak. Dalam bab ini terdiri dari sejarah pasar Ganefo, Mranggen, Kondisi pasar Ganefo, Upaya Pemerintah Daerah Mranggen Terhadap Pengembangan pasar Ganefo, permasalahan pasar Ganefo. Daya dukung dan daya tampung pasar ganefo.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang hasil dari penganalisisan faktor-faktor persaingan bisnis para pedagang di pasar Ganefo, dan para pedagang di pasar Ganefo menurut Etika Bisnis Islam dan persaingan bisnis para pedagang di pasar Ganefo dalam tinjauan Etika Bisnis Islam.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan yang berhasil ditemukan, juga berisi saran-saran yang cukup membangun untuk disampaikan terkait dengan hasil penelitian, penutup dan bagian paling akhir berupa lampiran-lampiran.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERSAINGAN BISNIS DAN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Persaingan Bisnis

1. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis.¹ Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.² Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah persetujuan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan

¹Basu Swasta, Ibnu Sujojo. W, *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2000, h. 22

²MudrajadKuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2005, h. 86

menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.³

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

1. Pihak-pihak yang bersaing Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang diberikan Allah SWT. Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya salah satunya dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah akan diambil oleh pesaing. Karena Allah telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya. Ini sesuai firman Allah:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا
وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿٥٦﴾

Artinya: *Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya*

³Akhmad mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007, h. 27

*kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.(QS. Al- Mulk: 15)*⁴

Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu melalui mutu produk, harga yang bersaing dan pelayanan total.

2. Segi cara bersaing

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum-hukum yang mengatur muamalah. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pesaing. Rosulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, rosul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara.

3. Objek yang dipersaingkan

Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

⁴ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002, h. 564

a. Produk.

Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.

b. Harga

Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.

c. Tempat

Tempat yang digunakan harus baik,sehat,bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal-hal yang diharamkan seperti barang ynag dianggap sakti untuk menarik pengunjung.

d. Pelayanan

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

e. Layanan purna jual

ini merupakan servis yang akan melanggengkan. Akan tetapi ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai akad.⁵

⁵ Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press,2002, h. 92-97

2. Landasan Hukum Persaingan Bisnis

Landasan hukum dari persaingan bisnis dalam Undang-undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat.⁶

3. Faktor Pendorong Persaingan

Menurut Porter, persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah usaha atau perdagangan. Menurut Porter, ada lima faktor persaingan bisnis yang dapat menentukan kemampuan bersaing.

a. Kekuatan tawar pembeli

Mencakup faktor- faktor seperti pembeli, informasi pembeli. Daya tawar- menawar pembeli mempengaruhi harga yang ditetapkan pedagang.

b. Kekuatan pemasok atau *Supplier*

Biasanya sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk yang dipasok, dan semakin kuat posisi tawarnya. Demikian juga dengan kekuatan keempat yaitu kekuatan tawar pembeli ,dimana kita bisa melihat bahwa semakin besar pembelian, semakin banyak pilihan yang tersedia bagi pembeli dan pada umumnya akan membuat posisi pembeli semakin kuat.

⁶ Undang-Undang nomor 5 tahun 1999 tentang *Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*.

c. Ancaman produk pengganti

Mencakup faktor-faktor seperti biaya perpindahann dan loyalitas pembeli menentukan kadar sejauh mana pelanggan-pelanggan cenderung untuk membeli suatu produk pengganti.

d. Ancaman pendatang baru

Ini merupakan seberapa mudah atau sulit bagi pendatang baru untuk memasuki pasar. Biasanya semakin tinggi hambatan masuk, semakin rendah ancaman yang masuk dari pendatang baru.⁷

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

a. Etika

Etika menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah ilmu tentang apa yg baik dan apa yg buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).⁸ Sering kali, istilah “etika” dan “moral” dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama, mempunyai arti yang sama.⁹ Istilah Etika, secara teoritis dapat

⁷ Michael E. Porter, *Strategi Bersaing*, Terj. Sigit Suryanto: Karisma, 2007, h. 27

⁸ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, Jakarta: Kementrian Pendiidikan dan Kebudayaan, 2011, h. 40

⁹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 171

dibedakan dalam dua hal pengertian. Pertama, etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang artinya kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Disini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.¹⁰ Al-Ghazali menjelaskan pengertian etika adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan- perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran.¹¹

b. Bisnis

Bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha, usaha dagang.¹² Kata

¹⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, h. 4

¹¹ Hasan, *Manajemen ...*, h.171

¹² Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia ...*, h. 25

bisnis dalam Al-Qur'an biasanya yang digunakan adalah *al-tijarah*, *al-ba'i tadayantum*, dan *isyara*. Tetapi seringkali kata yang digunakan yaitu *al-tijarah* i dan bahasa arab *tijaraha* yang bermakna berdagang. Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam *al-Mufradat fi gharib al-Qur'an*, *at-tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan.¹³

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengelolaan barang (produksi). Bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangandan industri guna memaksimalkan keuntungan. Yusanto dan Wijayakusuma seperti yang dikutip oleh Muhammad mendefinisikan bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.¹⁴

¹³ Muhammad, Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an: tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, h. 30

¹⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002, h. 38

c. Etika Bisnis Islami

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana perilaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.¹⁵

Selanjutnya menurut A. Hanafi dan Hamid Salam sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dalam perspektif Al-Qur'an dan Hadist, yang bertumpu pada 6 prinsip, yaitu kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.¹⁶ Dan perilaku bisnis Islami tercermin dalam perilaku Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan roda bisnisnya selalu memiliki motivasi dan perilaku Qur'an, perlunya berwawasan kedepan dan menekankan perlunya perencanaan, hal itu sebagaimana firman Allah:

¹⁵ Muhammad, Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an: tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, h. 70

¹⁶ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 74

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ
 وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya :Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan(QS. Al Hasyr : 18)¹⁷

2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam

Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-Qu'an dan Sunnah nabi. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada. Yang membimbing, mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalam menjalankan ibadah, perbuatan atau aktivitas umat Islam. Maka etika bisnis dalam Islam menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam.¹⁸

¹⁷ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002, h.549

¹⁸ Latifa M. Al- Graoud dan Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syari'ah* , Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001, h. 36

Aktifitas bisnis menurut Islam harus dipandang sebagai suatu karya atau kerja manusia dalam menjalankan kegiatan “produksi”. Dan islam telah secara jelas menganjurkan umatnya untuk berusaha mencari rizki dimuka bumi ini sebagai bekal hidupnya didunia dalam menopang ibadahnya kepada Allah SWT. Segala sumber daya alam yang tersedia di dunia terdiri atas tanah yang subur dengan segala kandungan yang ada didalamnya seperti air dan mineral dan sebagainya semata-mata Allah SWT ciptakan supaya manusia mengelola dan memanfaatkanya demi mencapai kesejahteraan lahir batin. Ini sejalan dengan firman Allah:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ^ط
 وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ^ط لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا^ط
 وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ^ط وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا^ج ذَٰلِكُمْ
 وَصَلِّكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿١٥٢﴾

Artinya: *Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. dan apabila kamu berkata, Maka hendaklah kamu Berlaku adil, Kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat. Maksudnya mengatakan yang sebenarnya*

*meskipun merugikan Kerabat sendiri. Maksudnya penuhilah segala perintah-perintah-Nya.*¹⁹ (QS. Al-An'am: 152)

Selanjutnya ayat Al-Qur'an:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ
إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكَّمُ مَا
يُرِيدُ ﴿٨﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.* ²⁰(QS. Al-Maidah:8)

Selanjutnya ayat:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا
أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٩﴾

Artinya:*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.*

¹⁹ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002, h. 150

²⁰ *Ibid.*

*dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*²¹ (QS. An-Nisa : 29)

Dalam berbisnis, Islam memberikan pedoman berupa norma-norma atau etika untuk menjalankan bisnis agar pelaku bisnis benar-benar konsisten dan memiliki rasa *responsibility* yang tinggi. Maka dengan adanya norma-norma atau etika spiritual yang tinggi, iman dan ahlak yang mulia, merupakan kekayaan yang tidak habis dan sebagai pusaka yang tidak akan pernah sirna.²²

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. *Pertama*, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasrakan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. *Kedua*, etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu

²¹ *Ibid.* h. 84

²² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika dalam Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 1997, h. 63

bentuk yang bernama etika bisnis. *Ketiga*, etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al Qur'an dan sunnah.²³

4. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islami

Prinsip-prinsip etika bisnis Islami, yaitu :

a. Prinsip tauhid (kesatuan/*unity*)

Prinsip ini merupakan prinsip pokok dari segala sesuatu, karena di dalamnya terkandung perpaduan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan lain sebagainya menjadi satu (*homogeneous whole*). Maka Islam kemudian menawarkan keterpaduan antara agama sebagai perwujudan dari sikap taat hamba kepada Khalik, dengan berbagai aspek kehidupan di dunia (ekonomi, politik, sosial, budaya dan lain sebagainya) yang bertujuan untuk membentuk satu kesatuan yang utuh.²⁴

²³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 76

²⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 133

b. Prinsip keseimbangan (kedailan/*equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.²⁵ Prinsip yang kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Prinsip keseimbangan (Equilibrium) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar yang harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya.

c. Prinsip kehendak bebas (ikhtiyar/*free will*)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku manakala terjadi persaingan bebas dapat terjadi secara efektif, hal ini dimungkinkan terjadi manakala tidak ada intervensi bagi pasar dari pihak manapun, tak terkecuali oleh pemerintah. Dalam islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan di muka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah semata.

²⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002, h. 55

d. Prinsip pertanggung jawaban (*responsibility*)

Dan untuk memenuhi segala bentuk kesatuan dan juga keadilan, maka manusia harus bertanggungjawab atas semua perilaku yang telah diperbuatnya. Dan dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual-beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.

e. Prinsip kebenaran

Prinsip ini disamping memberi pengertian benar lawan dari salah, merupakan prinsip yang mengandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebenaran merupakan satu prinsip yang tidak bertentangan dengan seluruh ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar dan jauh dari kesan salah, semisal dalam proses transaksi barang, proses mengembangkan bisnis, maupun proses untuk mendapatkan keuntungan harus berlandaskan prinsip

kebenaran. Dan tentunya jika hal itu sudah dilaksanakan dengan sendirinya nilai kehalalannya akan tampak.

f. Prinsip ihsan (*benevolence*)

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa harus aturan yang mewajibkan atau memerintahnya untuk melakukan perbuatan itu. Atau dalam istilah lainnya adalah beribadah maupun berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak seperti itu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita kerjakan.²⁶

Berikut ini adalah tabel prinsip etika bisnis islam menurut Beekun²⁷:

Keesaan	Berhubungan dengan konsep tauhid. Berbagai aspek dalam kehidupan manusia membentuk satu kesatuan homogen, yang bersifat konsisten dari alam, dan integrasi dengan alam semesta secara luas. Ini adalah dimensi vertikal islam.
Keseimbangan	Berhubungan dengan

²⁶ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 133

²⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002, h. 54

	konsep keesaan adalah keseimbangan diantara berbagai kehidupan manusi. Ini adalah dimensi horizontal islam
Kehendak Bebas	Kemampuan manusia untuk bertindak tanpa tekanan.
Tanggungjawab	Keharusan manusia untuk diperhitungkan semua tindakanya.
Kebajikan	Tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain tanpa ada suatu kewajiban tertentu

Dengan aturann main bisnis Islam, diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika bisnis Islam, suatu bisnis dan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT. Adapun etika perdagangan Islam antara lain:

1. Jujur

Seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam melakukan usahanya. Jujur dalam penegertian yang lebih luas yaitu tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji.²⁸

Dalam Al Qur'an keharusan sikap jujur diterangkan dalam:

²⁸ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 15

﴿ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴾

Artinya: “*sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.*”
 “*dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan*”²⁹

Dari ayat tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa sesungguhnya Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya dan para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan bisnisnya. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam dunia perdagangan, termasuk kecurangan dalam berbisnis.³⁰

2. Amanah (Tanggung Jawab)

Dalam menjalankan roda bisnisnya, setiap pebisnis harus bertanggung jawab atas usaha yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab disini, artinya , mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang

²⁹ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002, h. 588

³⁰ Arifin, *Etika ...*, h. 154

memeng secara otomatis terbebani di pundaknya. Kewajiban dan tanggungjawab para pebisnis antara lain: menyediakan barang dan atau jasa kebutuhan masyarakat dengan harga yang wajar, jumlah yang cukup serta kegunaan dan manfaat yang memadai.³¹

3. Tidak Menipu

Praktek bisnis dan dagang yang sangat mulia yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu. Upaya melakukan penipuan kerap menjadi strategi dan cara bagi dunia bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Dampak yang akan timbul akibat dari perilaku menipu adalah kerugian bagi diri seorang pebisnis.³²

4. Memepati Janji

Sebagai seorang pebisnis ataupun pedagang juga harus selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis, terlebih lagi harus dapat memepati janjinya kepada Allah SWT. Janji yang dimaksudkan adalah janji dimana seorang pebisnis melakukan transaksi bisnisnya baik kepada pembeli, maupun kepada rekan bisnisnya.³³

³¹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 156

³² *Ibid.*

³³ *Ibid.* h. 159

5. Murah Hati

Apa yang dijalankan oleh Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnisnya patut ditiru oleh setiap pebisnis. Disamping jujur, amanah dan tidak pernah menipu, selalu menepati janji, beliau juga senantiasa bermurah hati kepada pembeli dan rekan bisnisnya. Murah hati dalam pengertian senantiasa bersikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah namun tetap penuh tanggungjawab. Sikap seperti itulah yang nantinya akan menjadi magnet tersendiri bagi pebisnis dan pedagang dapat menarik para pembeli. Murah hati adalah sikap mulia cermin dari kepribadian seorang pebisnis yang mempunyai etika bisnis Islami.³⁴

6. Tidak Melupakan Akhirat

Keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan akhirat. Pedagang muslim sekali-kali tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat.³⁵

Sejarah mencatat, bahwa dengan berpedoman kepada etika perdagangan islam, pedagang Arab Islam tempo dulu mampu mengalami masa kejayaannya, sehingga

³⁴ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 161

³⁵ *Ibid*

mereka dapat terkenal di hampir seluruh penjuru dunia. Rasulullah SAW menjalankan usahanya semata-mata demi mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari, bukan untuk menjadi jutawan. Ini dikarenakan beliau tidak pernah memperlihatkan kecintaan yang sangat besar terhadap harta kekayaan.³⁶

C. Pasar

1. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau saling bertemunya antara kekuatan permintaan dan penawaran untuk membentuk suatu harga. Atau dengan bahasa lain pasar adalah suatu sekelompok orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar, sehingga terbentuk harga. Stanton mengemukakan, pasar adalah kumpulan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk belanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi faktor yang menunjang terjadinya pasar adalah orang dengan segala keinginannya, daya belinya, serta tingkahlaku dalam pembelianya.³⁷

³⁶ *Ibid.* h. 162

³⁷ Husein Umar, *Studi kelayakan Bisnis edisi-3 : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*, Jakarta : Kompas Gramedia, 1997, h. 35

2. Bentuk Pasar

Bentuk pasar dapat dilihat dari sisi penjual dan sisi konsumen. Dari sisi penjual, pasar dapat dibedakan atas berikut:

a. Pasar persaingan sempurna

Pada pasar persaingan sempurna, aktivitas persaingannya tidaklah nampak karena tidak terbatasnya jumlah produsen (sehingga pangsa pasar mereka menjadi terkotak-kotak atau kecil-kecil) dan konsumen dapat menjual atau berapa saja tanpa ada batas asal bersedia membeli atau menjual pada harga pasar.

b. Pasar Monopoli

Adalah bentuk pasar yang dikuasai oleh satu penjual saja. Dalam hal ini tidak ada barang substitusi terhadap barang yang dijual oleh penjual tunggal, serta terdapat hambatan untuk masuknya pesaing dari luar.

c. Pasar Oligopoli

Pasar Oligopoli merupakan perluasan dari pasar monopoli. Dalam menentukan tingkat harga, karena pengaruh dari pesaing sangat terasa, tindakan atau aktivitas pesaing perlu dimasukkan dalam perhitungan.

d. Pasar persaingan Monoplistik

Pasar ini merupakan bentuk campuran antara persaingan sempurna dengan monopoli. Ini karena ada kebebasan bagi perusahaan untuk masuk-keluar pasar, selain itu, barang yang dijual pun tidak homogen. Oleh karena barang-barang yang heterogan itu dimiliki oleh beberapa perusahaan besar saja, pasar ini mirip dengan monopoli.³⁸

Dari sisi konsumen, pasar dapat dibedakan menjadi berikut:

a. Pasar konsumen

Pasar konsumen merupakan pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau keluarga dalam rangka penggunaan pribadi.

b. Pasar industri

Adalah pasar untuk barang dan jasa yang dibeli atau disewa oleh perorangan atau organisasi untuk digunakan pada produksi barang atau jasa lain, baik untuk dijual maupun disewakan (dipakai untuk diproses lebih lanjut).

³⁸ Husein Umar, *Studi kelayakan Bisnis edisi-3 : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*, Jakarta : Kompas Gramedia, 1997, h. 39

c. Pasar Penjual Kembali (*Reseller*)

Adalah suatu pasar yang terdiri dari perorangan atau organisasi yang melakukan penjualan kembali dalam rangka mendapatkan keuntungan.

d. Pasar Pemerintah

Merupakan pasar yang terdiri dari unit-unit pemerintah yang membeli atau menyewa barang atau jasa untuk menjalankan tugas-tugas pemerintah.³⁹

3. Mekanisme Pasar

Dalam islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai *syari'ah*, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Ini tentu saja bukan hanya kewajiban personal pelaku pasar tetapi juga membutuhkan intervensi pemerintah. Untuk itulah pemerintah mempunyai peranan penting dalam menciptakan pasar yang islami.⁴⁰

Gambaran pasar yang islami adalah pasar yang didalamnya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan nilai dan moralitas islam yang terdiri dari norma

³⁹ Husein Umar, *Studi kelayakan Bisnis edisi-3 : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif* , Jakarta : Kompas Gramedia, 1997, h. 40

⁴⁰ Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam” Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar”*, Jurnal Hukum Islam, vol IV no. 2, Desember 2005, h. 121

yang berlaku untuk muslim dan norma yang berlaku untuk masyarakat umum seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan.⁴¹

Mekanisme pasar dibangun atas kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang disukai. Ibnu Taymiyah menempatkan kebebasan pada tempat yang tinggi bagi individu dalam kegiatan ekonomi, walaupun beliau memberikan batasan-batasannya. Selain itu juga diperlukan kerjasama saling membantu antara masyarakat satu dengan masyarakat yang lain untuk mewujudkan kesejahteraan bersama. Segala sesuatu itu boleh dan sah dilakukan sampai ada larangan khusus yang bertentangan dengan *syari'ah* islam, khususnya dalam hal penipuan dan merugikan.⁴²

4. Distorsi Pasar

a. Penimbunan barang (*Ihtikar*)

Pedagang dilarang melakukan *ihtikar*, yaitu menimbun barang dengan tujuan spekulasi sehingga ia mendapatkan keuntungan besar di atas keuntungan

⁴¹ Husein Umar, *Studi kelayakan Bisnis edisi-3 : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif* , Jakarta : Kompas Gramedia, 1997, h. 122

⁴² Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam” Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar”*, Jurnal Hukum Islam, vol IV no. 2, Desember 2005, h. 123

normal, atau hanya menjual sedikit barang untuk mendapatkan keuntungan di atas keuntungan normal. Suatu kegiatan masuk dalam kategori *ihthikar* apabila tiga unsur berikut:⁴³

- a. Mengupayakan adanya kelangkaan barang, baik dengan cara menimbun stok.
 - b. Menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sebelum munculnya kelangkaan.
 - c. Mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan keuntungan normal pada umumnya.
- b. Penentuan Harga yang Tetap

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

⁴³ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 145

di dalam sebuah pasar yang mengakibatkan rusaknya mekanisme pasar yang sehat.⁴⁴

c. Riba

Secara etimologis berarti penambahan. Sedangkan secara terminologi syar'i adalah penambahan tanpa adanya *'iwadh*. Salah satu ajaran Islam yang penting demi penegakan keadilan dan penghapusan eksploitasi dalam transaksi bisnis adalah dengan melarang riba.⁴⁵ Riba termasuk transaksi bathil, ini sesuai firman Allah SWT :

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ

لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya:” dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.”(QS. Al Baqarah:188)⁴⁶

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 150

⁴⁶ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Jakarta : Al-Huda Kelompok Gema Insani, 2002, h. 78

d. Tadlis

Tadlis adalah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui salah satu pihak. Setiap transaksi dalam islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (pedagang dan pembeli). Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurigai atau ditipu.⁴⁷

e. Jual Beli *Gharar*

Jual-beli *gharar* adalah suatu jual-beli yang mengandung suatu hal ketidakjelasan atau ketidakpastian. Jual-beli *gharar* dan *tadlis* sama-sama dilarang karena keduanya mengandung informasi yang tidak jelas. Namun, berbeda dengan *tadlis*, diman ketidakjelasan hanya dialami satu pihak, yaitu pembeli saja atau penjual saja. Sedangkan dalam *gharar*, ketidak jelasanya dialami dua pihak, yaitu pembeli dan pembeli sma sama mengalami ketidak jelasan.⁴⁸

⁴⁷ Rivai, *Islamic ...*, h. 151

⁴⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 152

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Latar Belakang Berdirinya Pasar Ganefo

1. Sejarah Pasar Ganefo

Sejarah berdirinya pasar Ganefo, dimulai dengan banyaknya pedagang sayuran yang tidak punya tempat untuk menjual dagangannya, dan mereka memilih didekat jalan raya disepanjang jalan raya Semarang-Purwodadi, tepatnya diperlintasan kereta api jurusan Semarang-Solo. Para pedagang sayuran berjualan disepanjang jalan dan semakin lama menjadi tempat pertemuan antara permintaan dan penawaran akan kebutuhan pokok sehari-hari karena para pedagang dan pembeli sayuran di pasar ganefo dulunya adalah dari jauh, dan membutuhkan waktu lama untuk berjualan sayuran. Akibatnya terjadi permintaan dan penawaran kebutuhan pokok yang mengakibatkan semakin lama semakin banyak pedagang yang menawarkan dagangannya ditempat ini dan jadilah sebuah pasar. Tepatnya pada tahun 1985, dan pada tahun 2005 mulai dibangun bangunan pasar dan pasar mulai di kelola oleh Daerah dan Desa.¹

Untuk nama Ganefo sendiri diambil dari nama jajanan tradisional yang bernama “Ganefo” yang dijual para

¹ Wawancara dengan Kepala Pengelola Pasar, Parsono, pada tanggal 25 September 2014

pedagang di pasar ganefo pada waktu itu. Namun ada sumber menyebutkan nama “Ganefo” diambil dari pelaksanaan *Games of The New Emerging Forces* (Ganefo) di Jakarta, 10-21 November 1963, Ganefo adalah puncak manuver Soekarno dalam politisasi olahraga. Sebelumnya pada 1962, Jakarta yang menjadi tuan rumah Asian Games IV menolak kehadiran kontingen Israel. Pada waktu itu ada seorang warga sekitar Ganefo bertugas menerima api di tempat itu dan membawanya berlari ke arah Semarang. Mereka aktivis organisasi pemuda yang menjadi *underbow* partai politik, seperti Gerakan Pemuda Ansor (Nahdlatul Ulama), Gerakan Pemuda Marhaenis (PNI), dan Pemuda Rakyat (PKI). Dia masih ingat, saat itu mengenakan seragam kaos warna putih yang diberikan panitia. Dengan penuh semangat mereka berlari membawa obor sampai titik pemberhentian.²

2. Barang Yang di Jual

Barang dagangan yang di jual oleh para pedagang di pasar Ganefo adalah barang-barang kebutuhan pokok sehari-hari yang meliputi barang konsumsi untuk makanan, minuman seperti bahan pokok sembako/jajanan pasar, kebutuhan dapur, sayuran, dan kebutuhan kosumsi

² Rukardi, “Pasar Ganefo, Jejak Politisasi Olahraga “, dalam *Suara Merdeka*, Semarang 05 Juli 2007, h. 6

lainnya kecuali pakaian. Jarang sekali di temukan pedagang di pasar Ganefo yang menjual pakaian, dari seluruh pedagang di pasar Ganefo hanya ada sekitar 3 pedagang yang menjual pakaian, itupun pakaian yang dijual tidak lengkap.

3. Kondisi Pasar Ganefo

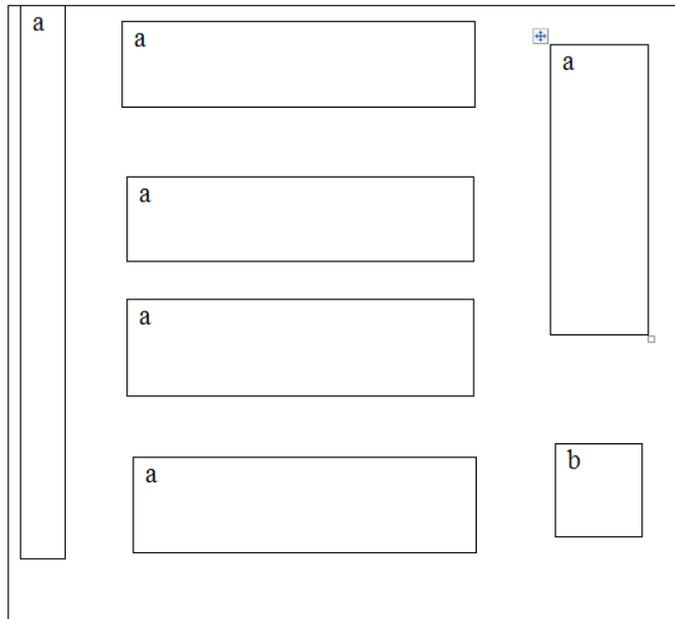
Sesuai dengan PERBUP no 8 tahun 2012 bab III pasal 4, pasar ganefo termasuk dalam klasifikasi II yaitu pasar yang menampung pedagang kurang dari 450 pedagang dan dibuka setiap hari. Yang di dalamnya adalah termasuk pasar Ganefo.³ Pasar Ganefo berjarak 5 meter dari jalan raya, dan ada sebagian pedagang yang berjualan di bibir jalan raya. Karena pasar Ganefo bukan merupakan pasar pemerintah, maka pasar ini berdiri di atas tanah PT.KAI (Kereta Api Indonesia) yang di kelola oleh pemerintah daerah dan di pindah tangan oleh swasta untuk tujuan bisnis.⁴

Pasar Ganefo terdiri dari dua tempat. Sebelah selatan jalan raya dan utara jalan raya. Pasar Ganefo merupakan pasar tumpah yang masih tradisional, maka penataan pasar masih belum baik sepenuhnya. Pasar yang terletak

³ Peraturan Bupati Demak, No 8 tahun 2012, "*tentang petunjuk pelaksanaan peraturan daerah no 5 tahun 2011 tentang retribusi pasar*"

⁴ Wawancara dengan Kepala Pengelola Pasar, Parsono, pada tanggal 25 September 2014

di sebelah selatan jalan raya terdiri dari satu kesatuan bangunan yang terdiri dari kios-kios untuk para pedagang berjualan. Ketika masuk pasar, di bibir jalan raya banyak ditemui pedagang yang tidak mempunyai lapak yang berdagang. 10 meter dari jalan, adalah tempat parkir yang di sebelah selatan tempat parkir terdapat masjid warga sekitar pasar. Penataan pasar ganefo masih tradisional, pedagang masih belum dikelompokkan sesuai barang dagangannya. Lorong yang pertama terdiri dari kios-kios pedagang yang didepan kios terdapat pedagang yang tidak mempunyai kios mengecerkan dagangannya, dan sama untuk lorong yang kedua, ketiga dan keempat. Bagian pasar paling belakang terdapat tempat pembuangan sampah pasar. Transportasi di pasar Ganefo tergolong mudah karena ketika keluar dari pasar,berhadapan langsung dengan jalan raya. Untuk lebih jelas penataan pasar terlihat dari gambar berikut:



Sumber: adaptasi dari lapangan, keadaan Pasar Ganefo.

Keterangan:

- a. Kios-kios pedagang
- b. Tempat parkir

4. Upaya Pemerintah Daerah terhadap Pengembangan Pasar Ganefo

Upaya Pemerintah mranggen khususnya terhadap pengembangan pasar Ganefo sudah cukup baik, ini terbukti dengan adanya pembagian wilayah pasar menjadi dua bagian yaitu selatan dan utara, namun dari sisi tanah tempat pasar berdiri masih belum diperhatikan ini terbukti dengan pasar yang masih menempati tanah milik PT. KAI

(Kereta Api Indonesia. Dari sisi pembangunan masih belum diupayakan sepenuhnya layak karena pasar Ganefo bukan merupakan pasar induk di Mranggen. Perencanaan yang dicanangkan pemerintah daerah adalah pembangunan pasar Ganefo yang akan di relokasi ke tanah milik desa yang sekarang ditempati yaitu desa Kembangarum.⁵

5. Permasalahan Pasar Ganefo

Permasalahan yang dihadapkan pada pasar Ganefo antara lain sebagai berikut⁶:

1. Status kepemilikan secara Hukum

Pokok masalah dalam hal status kepemilikan adalah masih berdirinya pasar di tanah milik PT.KAI dan kepemilikan pasar yang masih dikuasai oleh swasta. Hal ini menyebabkan perhatian pemerintah kurang.

2. Permasalahan Sosial Lingkungan

Keberadaan Pasar Ganefo menimbulkan persoalan lingkungan seperti tumpukan sampah di area sekitar pasar yang mengganggu penduduk di sekitar pasar. Ini disebabkan karena belum

⁵ Wawancara dengan Kepala Pengelola Pasar, Parsono, pada tanggal 25 September 2014

⁶ Wawancara dengan Kepala Pengelola Pasar, Parsono, pada tanggal 25 September 2014

tersedianya tempat pembuangan sampah yang memadai. Hal ini juga menyebabkan keadaan pasar yang menjadi kumuh dan becek ketika musim hujan tiba.

Selain persoalan sampah, keberadaan Pasar Ganefo menyebabkan kemacetan parah yang terjadi di Kecamatan Mranggen. Banyaknya pedagang yang berjualan di bibir jalan dan bertepatan dengan perlintasan rel Kereta Api jurusan Semarang-Solo dan Semarang-Surabaya. Arus lalu lintas menjadi semakin macet karena belum tersedianya lahan yang memadai untuk lahan parkir angkot dan alat transportasi lain yang keluar masuk pasar.

3. Permasalahan Sosial Ekonomi

Permasalahan Sosial Ekonomi Pasar Ganefo mencakup:

- a. Persaingan dengan pasar Mranggen yang merupakan pasar induk di kecamatan Mranggen. Selain itu semakin banyaknya berdiri swalayan di Mranggen yang menyebabkan menurunnya omzet penjualan para pedagang.
- b. Pergeseran pola hidup masyarakat yang lebih modern yang umumnya disediakan oleh pusat perbelanjaan modern.

- c. Tuntutan semua warga pasar terhadap kebutuhan keamanan dan ketertiban.
 - d. Pemahaman yang masih rendah oleh warga pasar terkait aturan-aturan dan tata tertib pasar.
 - e. Hubungan dengan pengelola pasar.
4. Manajemen

Permasalahan manajemen dari Pasar ganefo adalah hak pengelolaan yang dipegang oleh swasta dalam hal ini adalah perorangan karena masih berada di tanah PT.KAI.⁷

6. Daya Dukung dan Daya Tampung

Daya dukung pasar Ganefo, bisa dijelaskan sebagai sebuah bentuk pemanfaatan area oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhannya dalam memperdagangkan hasil produksi makanan, non makanan, dan jasa-jasa lainnya. Dalam hal ini adalah area pasar ganefo yang dijadikan tempat bertemunya permintaan dan penawaran. Sedangkan daya tampung adalah kemampuan pasar Ganefo untuk menyediakan fasilitas yang dibutuhkan masyarakat yang akan memanfaatkannya. Dalam hal ini adalah jumlah kios yang disediakan pasar. Pasar Ganefo memiliki luas seluruhnya adalah sekitar 0,50 km². Di dalamnya terdapat sekitar 100

⁷ Wawancara dengan Kepala Pengelola Pasar, Parsono, pada tanggal 25 September 2014

kios permanen yang memiliki luas $2 \times 2 \text{ m}^2$. 50 kios semi permanen yang memiliki luas yang sama dan sisanya para pedagang berjualan di halaman kios permanen dan di sepanjang jalanan pasar. Selain hal di atas yaitu segala fasilitas yang ada di pasar Ganefo seperti MCK, lahan parkir, Masjid, tempat pembuangan sampah, dan lain-lain. Di pasar Ganefo fasilitas seperti lahan parkir sangat terpenuhi yaitu di pintu masuk pertama pasar, sebelah utara pasar, sebelah selatan pasar dan sebelah timur pasar. Masjid di pasar Ganefo sebenarnya tidak ada, masjid yang berdiri saat ini adalah masjid milik kompleks perumahan dekat pasar yang kebetulan bertempat berdekatan dengan pasar. Untuk MCK, tidak ada fasilitas yang menyediakan. Saat ini yang ada adalah MCK fasilitas masjid. Untuk fasilitas pembuangan sampah, pengelola pasar Ganefo menyediakan di sebelah utara pasar yang berdekatan dengan tempat parkir sebelah utara.

7. Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo

Dalam aktivitas perdagangan sehari-hari dalam pasar, tidak terlepas dari persaingan. Persaingan dalam bisnis adalah hal yang wajar, begitu pula dengan persaingan bisnis para pedagang pasar Ganefo. Dari pengamatan yang penulis lakukan, persaingan bisnis yang terjadi di pasar Ganefo adalah karena:

1. Tempat

Tempat berdagang adalah hal yang penting bagi para pedagang pasar. Para pedagang pasar Ganefo berlomba-lomba dalam mendapatkan tempat yang strategis yang dapat dijangkau oleh pembeli. Untuk pedagang yang sudah mempunyai kios permanen dan bila letaknya jauh dari jangkauan pembeli, pedagang ini biasanya akan sepi pembeli, dan pedagang yang mempunyai kios dalam jangkauan pembeli, biasanya akan ramai pembeli. Hal ini menimbulkan persaingan. Untuk pedagang yang tidak mempunyai kios, artinya mereka yang menjajakan barang dagangannya disembarang tempat, persaingan mendapatkan tempat untuk berdagang sering terjadi. Prinsip siapa cepat pasti dapat menjadi pedoman. Pedagang yang mendapatkan tempat itu pertama kali berarti ia yang berhak berjualan di tempat tersebut dan hal ini selalu berganti-ganti setiap hari.

2. Barang Dagangan

Barang dagangan menjadi urusan vital para pedagang, pedagang yang mempunyai barang dagangan lengkap, akan diserbu pembeli, dan begitu pula sebaliknya. Hal ini wajar terjadi,

dimana para pedagang berlomba-lomba dalam menyediakan barang-barang yang di cari pembeli. Namun terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang barang daganganya sama-sam lengkap dan diserbu pembeli.

3. Harga

Harga yang dipatok oleh pedagang yang satu dengan yang lain berbeda. Hal ini menimbulkan persaingan. Jika ada pedagang yang menjual barang daganganya murah, artinya di bawah harga yang beredar pada pedagang lain, maka akan mendapatkan banyak pembeli dan begitu pula sebaliknya, jika ada pedagang yang menjual barang daganganya di atas harga pedagang lainnya maka akan sepi pembeli. Hal ini menjadikan persaingan yang menimbulkan para pedagang berlomba-lomba mematok harga murah. Di pasar Ganefo biasanya para pedagang menyamakan harga antara pedagang yang satu dengan yang lain. Jika ada pedagang yang tetap menjual barang daganganya dibawah harga pedagang lainnya biasanya akan menjadi gunjingan para pedagang lain dan menimbulkan persaingan.

4. Pelayanan

Pelayanan yang diberikan oleh para pedagang sangat menentukan pembeli. Di pasar Ganefo, pelayanan menjadi salah satu unsur yang menjadikan persaingan.

Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syar'at Islam tanpa menimbulkan maksiat akan menarik pembeli,yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik, dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada pembeli sebagai ucapan rasa terimakasih. Sebaliknya pedagang yang memberikan pelayanan kepada pembeli secara cuma-cuma artinya tidak menempatkan pembeli sebagai raja, dan menganggap sebaliknya, yaitu pembeli yang membutuhkan pedagang, maka pedagang yang seperti ini akan sepi pembeli.

Di pasar Ganefo terjadi seperti hal diatas. Ada pedagang yang memberikan pelayanan yang kurang maksimal dan hal tersebut membuat jarang pembeli yang datang pada pedagang tersebut.

BAB IV

ANALISIS PERSAINGAN BISNIS PARA PEDAGANG PASAR GANEFO DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Persaingan Tempat

Tempat berdagang adalah hal yang penting bagi para pedagang pasar. Para pedagang pasar Ganefo berlomba-lomba dalam mendapatkan tempat yang strategis yang dapat dijangkau oleh pembeli. Untuk pedagang yang sudah mempunyai kios permanen dan bila letaknya jauh dari jangkauan pembeli, pedagang ini biasanya akan sepi pembeli, dan pedagang yang mempunyai kios dalam jangkauan pembeli, biasanya akan ramai pembeli.

Keadaan persaingan di Pasar Ganefo terkait tempat adalah para pedagang yang satu dengan yang lain saling berlomba-lomba dalam mendapatkan tempat untuk berdagang tanpa memperhatikan pedagang yang lain dan sering kali terjadi perselisihan antara pedagang yang satu dengan yang lain. Hal ini terjadi karena di pasar Ganefo para pedagang menerapkan prinsip siapa cepat ia dapat. Yang terlebih dahulu datang lebih awal maka akan mendapatkan tempat untuk berdagang, dan yang datang terlambat maka tidak akan mendapatkan tempat untuk berdagang, berlaku untuk pedagang yang tidak mempunyai kios permanen dan semi permanen.

Persaingan terkait tempat yang terjadi di Pasar Ganefo sebaiknya tidak terjadi, karena bagi seorang muslim, bisnis yang dia lakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta. Harta yang kita peroleh merupakan karunia yang telah ditetapkan oleh Allah. Setiap jiwa sudah ditentukan rezekinya sendiri-sendiri. Jadi tidak mungkin akan tertukar dan tidak akan mungkin lari ke mana-mana. Jika memang bukan rezekinya, sekuat apapun kita mengusahakannya, kita tidak akan mendapatkannya. Begitupun sebaliknya jika memang sudah menjadi rezeki kita maka dia akan datang dengan sendirinya. Manusia hanya bertugas berikhtiar menjemput rezeki dengan sebaik-baiknya. Melakukan usaha tanpa harus melanggar norma yang ada. Dan satu lagi yang terpenting adalah jangan pernah takut akan kekurangan rezeki atau kehilangan rezeki hanya karena anggapan rezeki itu diambil oleh pihak lain sebagaimana firman Allah dalam Al Qur'an:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS. Al-Mulk : 15)¹

¹ Departemen Agama. *Alqur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Al-Huda, 2002, h. 563

Untuk para pedagang yang mempunyai kios permanen, persaingan seperti diatas tidak berlaku, persaingan yang berlaku di Pasar Ganefo terkait tempat adalah mencakup kebersihan dari kios, kenyamanan dari kios pedagang, dan lokasi kios tersebut mudah dijangkau pembeli atau tidak, strategis atau tidak. Biasanya para pembeli memilih tempat yang dapat dijangkau dengan mudah oleh pembeli dan strategis atau tidak. Kebersihan terkait tempat tidak terlalu menjadi permasalahan oleh pembeli.²

Persaingan tempat yang terjadi di pasar Ganefo jika prinsip sipa cepat dia dapat sudah menjadi kesepakatan, maka persaingan tempat tidak harus terjadi, karena prinsip sipa cepat dia dapat sudah menjadi regulasi bersama antar pedagang yang ada di pasar Ganefo.

Persaingan tempat yang terjadi di pasar Ganefo terkait para pedagang yang belum mempunyai kios permanen, dan semi permanen, dapat diselesaikan dengan cara pihak dari pasar menyediakan lahan yang cukup bagi para pedagang untuk menjual dagangannya tanpa rebutan lahan yang dapat menimbulkan persaingan.

²Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 111

B. Persaingan Harga

Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli suatu barang. Pasar yang baik adalah persaingan bebas, artinya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran (*demand and supply*). Mekanisme pasar yang sempurna adalah kekuatan pasar yang bersifat massal dan impersonal yang merupakan fenomena alamiah. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli. Karenanya, jika mekanisme pasar terganggu, harga yang tidak adil tidak akan tercapai. Demikian pula sebaliknya, harga yang adil akan mendorong para pelaku pasar untuk bersaing dengan sempurna. Jika harga tidak adil maka para pelaku pasar akan enggan bertransaksi atau walaupun bertransaksi, mereka akan menanggung kerugian.²

Persaingan terkait harga yang terjadi di antara para pedagang di Pasar Ganefo adalah hal yang wajar terjadi, yaitu para pedagang berlomba-lomba memberikan harga yang paling murah agar menarik para pelanggan.

Pedagang yang mematok harga lebih ringan maka akan banyak pembeli yang mampir kepadanya, dan begitu pula sebaliknya, pedagang yang mematok harga murah, yaitu para pedagang yang menjual barang dagangannya di bawah harga para pedagang lainnya, maka akan sepi pembeli. Namun, di Pasar Ganefo para pedagang mematok harga yang sama

dengan pedagang lain. Namun tidak jarang ada pedagang yang membanting harga untuk menarik pembeli, dan hal ini akan membuat pedagang yang lain merasa hal demikian adalah untuk menghancurkan bisnisnya, Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, Rasul tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha pesaingnya hancur. Walaupun tidak berarti gaya berdagang Rasul seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan harga yang paling ringan dan tidak mengambil untung sebanyak-banyaknya.

Tas'ir (penetapan harga) merupakan salah satu praktik yang tidak diperbolehkan dalam syari'at Islam. Pemerintah ataupun yang memiliki otoritas ekonomi tidak memiliki hak dan wewenang untuk menentukan harga terhadap sebuah komoditas. Kecuali pemerintah telah menyediakan untuk para pedagang, jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan harga yang ditentukan, atau pemerintah melihat dan mendapati adanya kezaliman-kezaliman di dalam sebuah pasar yang mengakibatkan rusaknya mekanisme pasar yang sehat.³ Seperti pada umumnya, harga di pasar Ganefo terbentuk karena adanya permintaan dan penawaran. seperti halnya harga sayuran kangkung, jika musim penghujan dan barang banyak,

³ *Ibid.*h. 149

permintaan sedikit atau banyak harganya tetap rendah, dan bila musim kemarau permintaan banyak namun penawaran dari pedagang sedikit, maka harga akan melambung tinggi.

Kekuatan tawar pembeli juga termasuk yang membentuk harga dipasar Ganefo, ini karena ketika ada pembeli yang menawar harga dari pedagang dan keduanya sama-sama rela maka harga akan terbentuk. Selain itu barang substitusi atau barang pengganti juga dapat membentuk harga di pasar ganefo karena jika barang yang dicari pembeli tidak ada, dan hanya ada barang pengganti, maka harga akan melambung tinggi, jika ketika jajanan pasar dari ibu X yang biasa diserbu pembeli sedikit beredar di pasaran, dan yang ada hanya jajanan dari ibu Y, maka harga jajanan pasar dari ibu Y bisa melambung tinggi.

Namun berbeda halnya dengan terbentuknya harga barang-barang seperti minyak goreng ataupun sabun colek, para pedagang menentukan harga dari supplier. Misal dari supplier harga satuan sabun colek dari sales Rp.500,- maka para pedagang akan menjualnya dengan harga Rp. 550.- dengan kesimpulan pedagang mengambil dan menaksir untung sendiri, kadang ada pedagang yang melambungkan harganya, ini karena pedagang menentukan atau mengambil untung sendiri dari biaya-biaya yang sudah dikeluarkan.

Para pedagang menentukan harga sebuah barang dari supplier dan menaksir keuntungan sendiri, namun tidak jarang

ada pedagang yang menyamakan harga dengan pedagang lain, hal ini untuk menghindari persaingan harga antar pedagang. Misbahul Fata mengatakan dalam skripsinya pembentukan harga seperti ini dikatakan tidak menyimpang dari etika bisnis Islam, karna harga yang diterapkan sama dengan pedagang yang lain yang masih dalam harga pasar, namun jika pedagang menerapkan harga di bawah harga pasar, ini dikatakan menyimpang karena pedagang menjual harga di bawah harga pasar.⁴

Dalam rukun jual beli menurut jumhur ulama adalah termasuk adanya uang (harga) dan barang.⁵ Dalam bertransaksi, para pedagang di pasar Ganefo tidak memperlmasalahkan harga, jika penjual yang menjual harga diatas harga pedagang lain, namun pembeli menerima dan suka maka transaksi sah dan tidak menimbulkan persaingan dengan pedagang lain, hal ini sesuai dengan firman Allah⁶:

⁴ Misbahul, Fata . *Praktek Banggel Handphone di Jogjatronik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam* : UniversitasIslam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta,2009

⁵ Ibnu Abidin,*Radd Al-Mukhtar Ala Dar Al-Mukhtar*, juz IV dalam Rahmat Syafi'i, *Fikih Muamalah*, Bandung:Pustaka Setia, 2004. h 347

⁶ Departemen Agama. *Alqur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Al-Huda, 2002, h 105

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya “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[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”QS. An-Nisa’:29

Selain itu, sabda rosulullah terkait persaingan harga :⁷

عَنْ أَنَسٍ قَالَ قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا. فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ
-صلى الله عليه وسلم- « إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي
لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ ». «.

رواه أبو داود وصححه الألباني

Artinya :Dari sahabat Anas, ia menuturkan, "Para sahabat mengeluh kepada Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam, dan mereka berkata, 'Wahai Rasulullah, sesungguhnya harga barang kebutuhan sekarang ini begitu mahal. Alangkah baiknya bila Anda membuat menentukan harga.' Menanggapi permintaan sahabatnya ini, Rasulullah bersabda, 'Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, serta mengencangkan, melapangkan, dan memberi rezeki. Dan

⁷ Al-Hafizh ibnu Hajar al-Asqalani, *Bulugh Al Maram Min Adillat Al Ahkam*, Abdul Rosyad Siddiq, "Terjemah Lengkap Bulughul Maram", Jakarta:Media Eka Sarana, 2009, h. 363

sesungguhnya, aku berharap untuk menghadap Allah tanpa ada seorang pun yang menuntutku karena suatu kezaliman, baik dalam urusan darah (jiwa) atau pun harta." (HR. Abu Daud; oleh Al-Albani dinyatakan sebagai hadits sahih)

Berdasarkan hadits ini, para ulama menyatakan, bahwa harga yang berlaku di pasaran, sudah seyogianya dibiarkan berlaku selaras dengan dinamika pasar, berbanding lurus dengan penawaran dan permintaan. Tidak sepatasnya bagi siapa pun untuk merekayasa harga yang berlaku. Bila barang banyak, sedangkan permintaan sedikit, secara otomatis harga akan turun, dan sebaliknya juga demikian.

C. Persaingan Barang Dagangan (Produk)

Dalam ajaran Islam semua aspek kehidupan manusia diatur dengan sempurna termasuk dibidang ekonomi yang diantaranya adalah produk. Produk adalah merupakan keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat pada konsumen. Dalam dunia perdagangan, persaingan dalam hal barang dagangan (produk) adalah hal yang wajar. Produk usaha bisnis yang dipersaingkan harus halal dan harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan.

Barang dagangan menjadi urusan vital para pedagang. Pedagang yang mempunyai barang dagangan lengkap, akan diserbu pembeli, dan begitu pula sebaliknya. Hal ini wajar

terjadi, dimana para pedagang berlomba-lomba dalam menyediakan barang-barang yang di cari pembeli. Namun terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang barang dagangannya sama-sama lengkap dan diserbu pembeli. Selain itu, dalam menjual produk, para pedagang memperhatikan syarat produk yang dijual sesuai dengan hukum islam untuk menghindari persaingan yaitu:⁸

1. Suci

Para pedagang menjual barang yang suci bukan dikategorikan najis yang diharamkan.

2. Dapat dimanfaatkan

Para pedagang menjual barang yang bermanfaat bagi kehidupan.

3. Milik orang yang melakukan akad.

Barang yang dijual oleh para pedagang adalah milik dari pedagang yang sah dan kuasa penuh dari pedagang, bukan barang dari hasil pencurian dan kejahatan lainnya.

4. Dapat diserahkan

Barang yang dijual pedagang dapat diserahkan pada pembeli pada waktu akad terjadi.

⁸ As-Sayyid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah*, cet. IV, Beirut: Dar al-Fikr, 1983, h. 129

5. Dapat diketahui

Yaitu barang yang diperjualbelikan oleh pedagang dapat diketahui oleh pembeli bentuk, takaran, sifat dan kualitas barang.

Para pedagang pasar Ganefo berlomba-lomba dalam menyediakan barang dagangan (produk) yang beragam untuk melanggengkan para pembeli. Jika terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang diserbu pembeli berarti ia tidak menyandarkan segala aktivitas bisnisnya pada Allah semata. Jika ada pedagang merasa iri dan menjelek-jelekkkan produk pedagang lain, dengan harapan pembeli berpihak padasanya berarti pedagang tersebut tidak menjalankan prinsip etika bisnis Islam terkait tidak menipu yaitu Upaya melakukan penipuan kerap menjadi strategi dan cara bagi dunia bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Dampak yang akan timbul akibat dari perilaku menipu adalah kerugian bagi diri seorang pebisnis.⁹

Keyakinan bahwa rezeki semata-mata dari Allah SWT akan menjadi kekuatan dasar bagi seorang pedagang muslim. Keyakinan ini menjadi landasan sikap tawakal yang kokoh dalam bedagang . Selama berdagang, para pedagang akan senantiasa menyandarkan segala sesuatunya hanya kepada Allah semata. Bila bisnisnya mengalami kemenangan

⁹ *Ibid.*

dalam persaingan, ia akan bersyukur. Sebaliknya jika sedang mengalami kegagalan dalam bersaing, ia akan bersabar. Intinya, segala keadaan ia hadapi dengan sikap positif tanpa meninggalkan hal-hal prinsip yang telah Allah perintahkan kepadanya. Karenanya, seorang muslim akan memandang berbisnis sebagai pelaksanaan perintah Allah untuk bertebaran di muka bumi dalam mencari karunia-Nya. Karena itu, tidak terpikir olehnya untuk menghalalkan segala cara untuk sekedar “memenangkan” persaingan. Baginya, yang disebut dengan persaingan adalah berebut menjadi yang terbaik.

Terbaik di hadapan Allah yang dicapai dengan sekuat tenaga untuk tetap setia menaati setiap aturan-Nya dalam berbisnis. Terbaik di hadapan manusia dengan memberikan kepuasan pada para pembeli dengan cara menyediakan barang-barang yang di cari pembeli dan tidak merasa iri dengan pedagang lain yang ramai diserbu pembeli. Harusnya pedagang yang merasa iri termotivasi untuk menyediakan barang dagangan yang dibutuhkan oleh pembeli, dan pentingnya menyediakan barang dagangan yang berkualitas untuk menarik pembeli.

D. Persaingan Pelayanan (*Customer Satisfaction*)

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.

Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syarat Islam tanpa menimbulkan maksiat akan menarik pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli dengan kata-kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik, dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada pembeli sebagai ucapan rasa terimakasih. Sebaliknya pedagang yang memberikan pelayanan kepada pembeli secara cuma-cuma artinya tidak menempatkan pembeli sebagai raja, dan menganggap sebaliknya, yaitu pembeli yang membutuhkan pedagang, maka pedagang yang seperti ini akan sepi pembeli.

Di pasar Ganefo pelayanan yang diberikan para pedagang mayoritas sudah baik, terbukti dengan pelayanan yang prima yang telah diberikan oleh para pedagang. Dari hasil pengamatan, pelayanan yang diberikan pedagang yang satu dengan yang lain berbeda-beda. Pedagang yang memberikan pelayanan terbaiknya, biasanya banyak pembeli, karena jika ada pembeli dilayani dengan baik dan ikhlas maka pembeli akan puas. Dan sebaliknya jika ada penjual yang melayani pembelinya dengan tidak baik, misal bermuka cemberut, berkata kasar, maka pembeli akan enggan untuk bertransaksi ke pedagang yang melayani dengan tidak baik.

Pelayanan pada pembeli sangat diperlukan bagi penjual, karena pembeli adalah partner atau bahkan raja yang harus dilayani sebaik-baiknya, karena maju mundurnya

transaksi pembelian adalah dimana penjual dapat menjaring pembeli sebanyak-banyaknya, sehingga menaruh kepercayaan pada banyak pembeli untuk membeli ditempat yang pedagang miliki. Seperti firman Allah:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِن حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (QS. Ali-Imran :159)¹⁰

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa jika mukmin bersikap keras, tidak care terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu anjuran wajib bagi mukmin.¹¹

¹⁰ Departemen Agama. *Alqur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Al-Huda, 2002, h. 55

¹¹ Muhammad. *Metodologi Penelitian Pemikiran Islam*. Edisi Pertama, Cet. Kedua. Yogyakarta: EKONOSIA, 2004. h.90

Para pedagang pasar di pasar Ganefo melakukan pelayanan dengan baik sesuai dengan ajaran Islam yaitu dengan memberikan pelayanan dengan menggunakan cara semestinya seperti tidak menggunakan barang-barang yang dilarang Islam dan cara yang dilarang oleh Islam.

Dalam Islam dibolehkan berbagai cara untuk menarik pembeli asal cara tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Bisnis dapat dianalogikan sebagai kegiatan yang bernilai ibadah, jika di dalam kegiatan bisnis diniatkan untuk mencari ridha Allah dan menjunjung tinggi nilai-nilai religius sehingga inovasi dalam pelayanan diperbolehkan berdasarkan ushul fiqh yang menyatakan bahwa segala sesuatu itu diperbolehkan sampai (kecuali) ada dalil yang melarangnya.

Dari persaingan bisnis pedagang pasar ganefo, yaitu persaingan terkait harga, tempat, barang dagangan, dan pelayanan, prinsip-prinsip yang harus diterapkan adalah sebagai berikut:

1. Prinsip tauhid (kesatuan/ *unity*)

Prinsip ini merupakan prinsip pokok dari segala sesuatu, karena di dalamnya terkandung perpaduan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan lain sebagainya

menjadi satu (homogeneous whole).¹² Di pasar ganefo para pedagang mengartikan prinsip ketauhidan adalah semua yang dilakukan dalam berbisnis semua dijalankan karena Allah semata, para pedagang menyebutnya sedikit-sedikit tidak mengapa yang terpenting adalah semua yang dilakukan mendapat berkah dari Allah dan manfaat untuk kehidupan para pedagang. Atau dengan kata lain semua dipasrahkan kepada Allah. Setiap transaksi perdagangan yang pedagang lakukan, mereka menganggap semua karena Allah semata, contohnya, ketika mengambil keuntungan dari sebuah barang yang pedagang jual, mereka tidak mengambil untung yang terlalu banyak “*sitik-sitik sing penting entuk lan berkah*”.¹³ Hal ini sejalan dengan firman Allah:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ
 وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنتُمْ
 تَعْمَلُونَ

Artinya” dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang

¹² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 133

¹³ Wawancara dengan ibu Karsipah, pedagang pasar, pada tanggal 5 November 2014

mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (QS. 9: 105)¹⁴

Dari ayat di atas dapat diketahui bahwa Allah mengetahui segala hal yang dikerjakan oleh umatnya. Selain itu, hal lain yang menunjukkan sikap ketauhidan para pedagang pasar Ganefo adalah ketika kumandang adzan shubuh, banyak para pedagang yang menyempatkan untuk melakukan shalat dan meninggalkan sejenak dagangannya untuk beribadah, para pedagang tidak kuatir dengan barang dagangan yang mereka tinggal dan jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti pencurian, karena para pedagang menganggap rejeki sudah diatur oleh Allah, kalau sudah menjadi rejeki pedagang pasti kembali pada pedagang. Dari pendorong persaingan bisnis para pedagang Ganefo, yang sejalan dengan prinsip ketauhidan adalah ancaman pendatang baru. Para pedagang tidak menghalangi masuknya pedagang baru di pasar, karena para pedagang mengetahui bahwa hal tersebut dilarang oleh Allah SWT, meskipun ada pedagang yang bersikap demikian.

¹⁴ Deprtemen Agama. *Alqur'an dan Terjemehanya*, Jakarta: Al-Huda, 2002, h. 354

2. Prinsip keseimbangan (kedailan/ *equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Keseimbangan dalam transaksi misalnya, adalah transaksi yang setara, adil dan seimbang.¹⁵

Para pedagang di pasar ganefo mengartikan prinsip keseimbangan adalah menyeimbangkan segala bentuk kegiatan bisnisnya, misalnya adalah seimbang ketika menakar barang, tidak melebihi dan tidak mengurangi. Dalam hal menimbang dan menakar barang yang diperdagangkan, para pedagang berusaha untuk selalu seimbang tidak menambah dan menguranginya, serta tidak melakukan kecurangan dalam alat timbangannya, hal ini sejalan dengan firman Allah:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٦١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٦٢﴾ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٦٣﴾ ﴾

Artinya: “sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. dan janganlah kamu

¹⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002, h. 55

merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”(QS Asy Syu'araa : 181-183¹⁶

Selain itu konsep keseimbangan diartikan sebagai harmoni segala sesuatu di alam semesta, hal ini diartikan sebagai hubungan para pedagang dengan semua warga pasar dan lingkungan di pasar Ganefo. Perwujudan prinsip keseimbangan misalnya, menjaga hubungan baik dengan pedagang lain dan warga pasar lainnya dengan tidak menimbulkan pertikaian ataupun perkelahian dengan pedagang lain dan warga pasar, menjaga lingkungan pasar dengan baik, dengan ikut membersihkan kawasan pasar dan membuang sampah pada tempat yang disediakan oleh pengelola pasar Ganefo.¹⁷ Dari pendorong persaingan bisnis para pedagang pasar Ganefo, yang sejalan dengan prinsip keseimbangan adalah kekuatan tawar pembeli dan kekuatan pemasok, karena dalam prakteknya para pedagang adil menyeimbangkan transaksi dengan pembeli dan pemasok dengan tidak mengambil keuntungan terlalu banyak dan menentukan harga yang seimbang.

¹⁶ Departemen Agama,.....h. 248

¹⁷ Wawancara dengan bapak faizin , pedagang pasar, pada tanggal 5 November 2014

3. Prinsip kehendak bebas (*ikhtiyar/ free will*)

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku manakala terjadi persaingan bebas dapat terjadi secara efektif, hal ini dimungkinkan terjadi manakala tidak ada intervensi bagi pasar dari pihak manapun, tak terkecuali oleh pemerintah.¹⁸

Pedagang pasar Ganefo mengartikan prinsip kehendak bebas adalah persaingan bebas, tidak ada intervensi antar pedagang. Dalam hal ini adalah terkait penetapan harga yang adil, harga yang ditetapkan pedagang adalah harga yang adil, yaitu ditetapkan oleh permintaan dan pasokan.¹⁹ Jika seseorang mulai menjual barang dagangannya di pasar dengan kurang dari harga biaya, di luar kebaikan dan kedermawanya, ia akan menimbulkan masalah untuk yang lain, dimana pasokan atas komoditas tersebut akan terganggu nantinya dan pada akhirnya orang lain akan menderita.²⁰

Para pedagang pasar Ganefo menetapkan harga yang adil dan tidak ada intervensi harga antar

¹⁸ Muhammad,.....h. 57

¹⁹ Veithzal Rivai.....h. 276

²⁰ Veithzal Rivai.....h. 277

pedagang, ini terbukti dengan penetapan harga di level pasar dan penyamaan harga oleh pedagang yang satu dengan yang lain. Jika salah satu pedagang menjual 1 buah kelapa parut adalah Rp 3000,- maka akan diikuti pedagang kelapa lain tanpa ada paksaan dari siapapun meskipun dalam menentukan harga, ada sebagian pedagang yang menaksirkan keuntungannya sendiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan untuk barang dagangannya tersebut tanpa melakukan survei terhadap pedagang lain.²¹ Dari pendorong persaingan bisnis para pedagang Ganefo, yang sejalan dengan prinsip kehendak bebas adalah ancaman pendatang baru dan pembentukan harga. Dari keduanya, pendatang baru bebas dalam keluar masuk pasar dan dalam pembentukan harga, tidak ada intervensi dari pihak manapun, termasuk pemerintah.

4. Prinsip pertanggungjawaban (*responsibility*)

Untuk memenuhi segala bentuk kesatuan dan juga keadilan, maka manusia harus bertanggungjawab atas semua perilaku yang telah diperbuatnya. Dan dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbaagi bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya

²¹ Wawancara dengan bapak Faizin , pedagang pasar, pada tanggal 5 November 2014

selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual-beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.²²

Pedagang pasar Ganefo mengartikan prinsip pertanggungjawaban, adalah para pedagang dapat mempertanggung jawabkan segala aktivitas bisnisnya, mulai dari barang dagangan, dan transaksi-transaksi di dalam aktivitas perdagangan sehari-hari. Misal, bila barang yang diperdagangkan adalah benar-banar barang kualitas bagus, maka dapat dipertanggungjawabkan.²³ Jika ada pembeli yang membeli 1 buah kelapa glondong, pada saat pembeli membeli, pedagang mengatakan bahwa kelapa tersebut baik keadaanya, namun ketika dibuka, kelapa tersebut cacat. Dan pada hari esoknya pembeli melakukan komplein kepada pedagang, dan pedagang dengan senang hati mempertanggungjawabkan kejadian ini dengan menggantinya dengan yang baru

²² Veithzal Rivai.....h. 278

²³ Wawancara dengan ibu Karsipah , pedagang pasar, pada tanggal 5 November 2014

dengan catatan pembeli memperlihatkan kepada pedagang barang yang cacat tersebut.²⁴ Hal ini termasuk dalam prinsip pertanggung jawaban karena para pedagang mempertanggungjawabkan kejadian yang melibatkannya.

5. Prinsip kebenaran

Prinsip ini disamping memberi pengertian benar lawan dari salah, merupakan prinsip yang mengandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Jujur dan lemah lembut. Kejujuran, ketulusan, dan kepedulian kepada sesama adalah pelajaran mendasar yang diajarkan kepada kaum muslimin melalui syari'ah, dan relatif lebih banyak penekanan pada transaksi bisnis.²⁵

Pedagang pasar Ganefo mengartikan prinsip kebenaran adalah melakukan segala aktivitas perdagangan dengan kebenaran dan kejujuran. Misalnya, bila barang dagangan yang dijual adalah barang bagus tanpa cacat, maka pedagang akan mengatakan bagus, dan ketika barang dagangan yang dijual adalah barang yang kurang bagus dan cacat, maka pedagang akan mengatakan yang sebenarnya. Jika dalam satu keranjang bawang merah adalah

²⁴ Hasil pengamatan penulis pada tanggal 10 November 2014

²⁵ Veithzal Rivai.....h. 268

campuran dari bawang merah kecil dan besar maka pedagang mengatakan yang demikian, dan juga jika barang dagangan yang dijual adalah dagangan kemaren, maka pedagang juga mengatakan bahwa itu adalah dagangan kemaren.²⁶ Dan ketika menimbang barang dagangan adalah secara tepat dan transparan seperti yang digambarkan dalam prinsip keseimbangan..²⁷ Meskipun dalam prakteknya ada pedagang yang bersikap curang dalam menakar timbangan.

6. Prinsip ihsan (*benevolence*)

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa harus aturan yang mewajibkan atau memerintahnya untuk melakukan perbuatan itu. Atau dalam istilah lainnya adalah beribadah maupun berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak seperti itu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita kerjakan.²⁸

Pedagang pasar Ganefo mengartikan prinsip ihsan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan

²⁶ Wawancara dengan bapak Lukman , pedagang pasar, pada tanggal 5 November 2014

²⁷ Wawancara dengan ibu Rubiah , pedagang pasar, pada tanggal 5 November 2014

²⁸ Veithzal Rivai.....h. 269

aktivitas perdaganganya adalah terselip memberi manfaat untuk orang lain. Terbukti dengan ketika ada pedagang baru kesulitan dalam memulai bisnisnya dan meminta pengarahannya dari pedagang lama, maka pedagang lama akan memberikan pengarahannya secara sukarela agar pedagang baru dapat maju. Selain hal di atas contoh yang lain adalah, tidak jarang para pedagang memberikan secara cuma-cuma bonus kepada pembeli ketika pembeli membeli barang banyak, ini diberikan sebagai rasa terimakasih dan tanpa paksaan dan tanpa memperhitungkan rugi yang didapat dengan memberi bonus keuntungan akan berkurang, ini adalah semata-mata untuk memberi manfaat untuk orang lain.²⁹

²⁹ Wawancara dengan ibu Karsipah, pedagang pasar, pada tanggal 5 November 2014

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisis tentang pembahasan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan:

1. Persaingan yang terjadi di pasar Ganefo meliputi :

a. Persaingan tempat,

Persaingan tempat yang terjadi di Pasar Ganefo adalah para pedagang yang satu dengan yang lain saling berlomba-lomba dalam mendapatkan tempat untuk berdagang tanpa memperhatikan pedagang yang lain dan sering kali terjadi perselisihan antara pedagang yang satu dengan yang lain. Hal ini terjadi karena di pasar Ganefo para pedagang menerapkan prinsip siapa cepat ia dapat. Yang terlebih dahulu datang lebih awal maka akan mendapatkan tempat untuk berdagang, dan yang datang terlambat maka tidak akan mendapatkan tempat untuk berdagang, berlaku untuk pedagang yang tidak mempunyai kios permanen dan semi permanen.

b. Persaingan harga,

Persaingan terkait harga yang terjadi di antara para pedagang di Pasar Ganefo adalah hal yang wajar terjadi, yaitu para pedagang berlomba-lomba memberikan harga yang paling murah agar menarik para pelanggan. Pedagang yang mematok harga lebih ringan

maka akan banyak pembeli yang mampir kepadanya, dan begitu pula sebaliknya, pedagang yang mematok harga murah, yaitu para pedagang yang menjual barang dagangannya di bawah harga para pedagang lainnya, maka akan sepi pembeli.

c. Persaingan barang dagangan (produk)

Persaingan terkait produk yang terjadi di pasar Ganefo adalah para pedagang yang mempunyai barang dagangan lengkap, akan diserbu pembeli, dan begitu pula sebaliknya. Hal ini wajar terjadi, dimana para pedagang berlomba-lomba dalam menyediakan barang-barang yang di cari pembeli. Namun terkadang ada pedagang yang merasa iri dengan pedagang lain yang barang dagangannya sama-sama lengkap dan diserbu pembeli

d. Persaingan pelayanan (*customer satisfaction*)

Pelayanan yang diberikan pedagang yang satu dengan yang lain berbeda-beda. Pedagang yang memberikan pelayanan terbaiknya, biasanya banyak pembeli, karena jika ada pembeli dilayani dengan baik dan ikhlas maka pembeli akan puas. Dan sebaliknya jika ada penjual yang melayani pembelinya dengan tidak baik, misal bermuka cemberut, berkata kasar, maka pembeli akan enggan untuk bertransaksi ke pedagang yang melayani dengan tidak baik.

2. Persaingan yang terjadi di pasar Ganefo sebagian sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, meskipun ada sebagian pedagang yang melakukan persaingan tidak sehat demi meraih pembeli dan keuntungan sebanyak-banyaknya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan pasar Ganefo Mranggen adalah sebagai berikut:

1. Bagi pedagang pasar Ganefo, diharapkan dalam menjalankan bisnis perdagangannya setiap hari dapat menjalankannya sesuai dengan syari'at Islam yaitu tidak bertentangan dengan islam, selain itu dalam persaingan bisnisnya, diharapkan para pedagang dapat bersaing secara sehat.
2. Para pedagang pasar Ganefo dalam menentukan harga yang beredar di pasar, diharapkan harga yang beredar tidak memberatkan pembeli, tidak memeratkan pedagang lain dan tentunya tidak menjadikan persaingan diantara pedagang.
3. Untuk manajemen pasar Ganefo, sebaiknya dapat menjalin hubungan yang baik dengan seluruh warga pasar dapat berjalan dengan baik, agar aspirasi pedagang terkait pembangunan pasar dapat tersalurkan dan pembangunan pasar Ganefo dapat terlaksana dan pasar ganefo dapat menjadi pasar yang tertata dengan baik dan lebih berkembang.

4. Untuk penulis sendiri semoga skripsi yang penulis tulis dapat menjadikan kanzah keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi Islam

C. Penutup

Demikianlah sekiranya yang dapat penulis selesaikan. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dalam penulisan skripsi ini pasti banyak kekurangan dalam penulisan dan pemaparan, ini semata-mata bukan karna kesengajaan namun keterbatasan kemampuan ilmu yang dimiliki penulis. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan-perbaikan mendatang.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Dudung. *Pengantar Metode Penelitian* Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003
- Al- Graoud , Latifa M, Mervyn K. Lewis. *Perbankan Syari'ah* , Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001
- Arifin , Johan. *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Ilmiah: Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta:PT.Bina Aksara, 1985
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta:Prenada Media Group, , 2006
- Baidowi, Aris. *Etika Bisnis Perspektif Islam*,Jurnal Hukum Islam, Volume 9, Nomor 2, Desember 2011
- Deprtemen Agama. *Alqur'an dan Terjemehanya*, Jakarta: Al-Huda, 2002
- Fata, Misbahul. *Praktek Banggel Handphone di Jogjatronik Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam* : UniversitasIslam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta,2009
- Harahap , M. Yahya. *Segi-segi Hukum Perjanjian*, Bandung : Alumni, 1986
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Kontjaraningrat.*Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT.Gramedia,1981
- Kuncoro, Mudrajad. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*,Jakarta:Erlangga, 2005

- Lukman Fauroni, Muhammad. *Visi al-Qur'an: tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002
- Mujahidin, Akhmad. *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007
- Mujahidin, Akhmad. *Etika Bisnis Dalam Islam” Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar”*, Jurnal Hukum Islam, vol IV no. 2, Desember 2005
- Panuju, Redi. *Etika Bisnis Tinjauan Empiris dan Kiat Mengembangkan Bisnis Sehat*, Jakarta :PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia, 1995
- Qardhawi , Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: GemaInsani, 1997
- Rukardi, “Pasar Ganefo, Jejak Politisasi Olahraga “, dalam *Suara Merdeka*, Semarang 05 Juli 2007
- Saman, Muhammad. *Persaingan Industri PT. Pancatana Centralindo (Perspektif Etika Bisnis dalam Islam)* :Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta, 2010
- Shabrina, Anur. *Persaingan Usaha (Studi kasus pada Pedagang Pasar Klewer, Solo* :Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta, 2014
- Shihab, M.Quraish. *Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Qur'an* dalam Jurnal Kebudayaan dan Peradaban ULUMUL QUR'AN vol 3, No.7, 1997
- Supratno, J. *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000

Surahman, Winarno. *Pengantar Metodologi Ilmiah*, Bandung: Tarsito, 1982

Swasta, Basu, Ibnu Sujojto. W. *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta, 2000

Syafe'i, Rachmat. *Fiqih Muamalah*, cet 1, Bandung: Pustaka Setia, 2001

Syaifullah, Muhammad. *Etika Bisnis Dalam Praktek Bisnis Rasulullah*, Jurnal Hukum Islam, Vol 19 no 1, 2011

Umar, Husein. *Studi kelayakan Bisnis edisi-3 : Teknik menganalisis Kelayakan Rencana bisnis secara Komprehensif*, Jakarta : Kompas Gramedia, 1997

Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012

Yusanto, Ismail, M. Karebat Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, , 2002

<http://profesionalmuda.blogspot.com/2010/12/tips-ekonomi-syariah-persaingan-usaha.html>





SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *PARSONO*
Jabatan : *Koordinator DP DAP*
Alamat : *Banjaya RT04 RW 02*
Telp : *0822 2028 1230*

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Novita Sa'adatul Hidayah
NIM : 102411101
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : IAIN Walisongo Semarang

Telah melakukan penelitian di pasar Ganefo Mranggen untuk penulisan skripsi dengan judul "PERSAINGAN BISNIS PEDAGANG PASAR GANEFO MRANGGEN DEMAK DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM".

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Mranggen, 7 desember 2014

Hormat kami,



Pengelola Pasar Ganefo Mranggen



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

Jl. Walisongo No. 3-5 Semarang 50185 telp/fax. (024) 7615923 email: lppm.walisongo@yahoo.com

PIAGAM

Nomor : In.06.0/L1/PP.06/351/2014

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo Semarang, menerangkan bahwa:

Nama : **NOVITA SA'ADATUL HIDAYAH**
N I M : 102411101
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-62 tahun 2014 di Kabupaten Semarang dengan nilai :

85 (4,0 / A)

Semarang, 10 Juni 2014

A.n. Rektor,
Ketua,


Dr. H. Sholihan, M. Ag.
NIP. 19600604 199403 1 004