

**PERILAKU PEDAGANG DI PASAR
TRADISIONAL NGALIYAN SEMARANG
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

SITI MINA KUSNIA

NIM: 112411066

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



PENGESAHAN

Nama : Siti Mina Kusnia
NIM : 112411066
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi : PERILAKU PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL
NGALIYAN SEMARANG DALAM PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM

Telah Dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus, pada
tanggal:

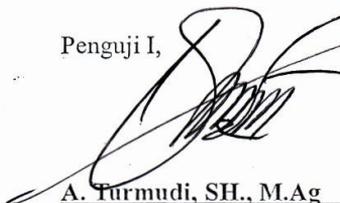
04 Desember 2015

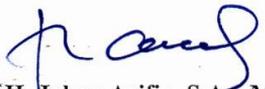
Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana
(Strata Satu/S1) dalam Ekonomi Islam.

Semarang, 25 Desember 2015

Penguji I, Dewan Penguji

Penguji II,


A. Turmudi, SH., M.Ag
NIP.1960708 200501 1 004
Penguji III,


H. Johan Arifin, S.Ag., MM
NIP.19710908 200 212 1 001
Penguji IV,


H. Khoirul Anwar, M. Ag
NIP.19690420 199603 1 002


H. Ahmad Furqon, Lc., MA
NIP.19751218 2005501 1 002

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. H. Musahadi, M.Ag.
NIP. 19690709 199403 1 003


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



Dr. H. Musahadi, M.Ag

Jl. Permata Ngaliyan II/62 Rt/Rw 10/03
Ngaliyan Kota Semarang.

H. Johan Arifin, S. Ag., MM.

Perum BPI Blok D No. 1 Rt/Rw 02/10 Purwoyoso
Ngaliyan Semarang.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Siti Mina Kusnia

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Siti Mina Kusnia

NIM : 112411066

Jurusan : Ekonomi Islam

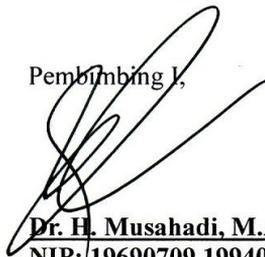
Judul Skripsi : **PERILAKU PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL NGALIYAN
SEMARANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



Dr. H. Musahadi, M.Ag
NIP: 19690709 199403 1 003



Semarang, 11 November 2015

Pembimbing II,



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

MOTTO

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اٰرْكَعُوْا وَاَسْجُدُوْا وَاَعْبُدُوْا رَبَّكُمْ وَاَفْعَلُوْا

اَلْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿٧٧﴾

Hai orang-orang yang beriman, ruku'lah kamu, sujudlah kamu, sembahlah Tuhanmu dan perbuatlah kebajikan, supaya kamu mendapat kemenangan.

QS. Al Hajj: 77¹

¹ Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya, Bandung: CV. Diponegoro, 2005, h, 272

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Ayahanda Ali Mas'ud dan Ibu Asro'ah tercinta yang telah membesarkan penulis, atas segala kasih sayang serta do'anya yang tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya. Serta kakakku yang selalu memberikan motivasi.
2. Sahabat-sahabatku Kelas EIB'11 dan Pondok Al Firdaus Honggowongso yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih untuk semangat dan motivasi kalian.
3. Almamater UIN Walisongo Semarang

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, Kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 03 November 2015

Deklarator,



Siti Mina Kusnia

NIM.112411066

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab-Latin dalam tulisan ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	t
ب	b	ظ	z
ت	t	ع	'
ث	ṣ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	h	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	ẓ	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	'
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = اُوْ

ai = اِيْ

iy = اِيْ

ABSTRAK

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Perilaku menyimpang sering kali ditemukan di pasar tradisional. Oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur perilaku para pedagang. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis memilih pasar tradisional Ngaliyan sebagai objek alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Adapun perilaku yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam berupa tidak menepati janji, tidak bersikap ramah kepada pembeli, dan tidak memberikan waktu tenggang pembayaran. Rumusan penelitian ini adalah *pertama* tentang pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam di pasar tradisional Ngaliyan Semarang. *Kedua* perilaku pedagang menurut perspektif etika bisnis Islam di pasar tradisional Ngaliyan Semarang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sumber data yang digunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan para pedagang di pasar Ngaliyan Semarang, dan petugas pasar Ngaliyan Semarang. Sementara data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak pengelola pasar Ngaliyan Semarang. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan: *Pertama* pemahaman pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang mengenai etika bisnis Islam disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam. *Kedua* perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang telah sesuai dengan etika bisnis Islam yang meliputi, tidak melupakan ibadah shalat wajib, berdo'a dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru

dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati dengan memberi waktu tenggang pembayaran. Namun, sebagian perilaku pedagang ada yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu lalai dalam menjalankan ibadah shalat wajib ketika melakukan transaksi jual beli, tidak menepati janji, tidak bersikap ramah kepada pembeli dan tidak memberikan waktu tenggang pembayaran.

Kata Kunci: Perilaku, Pedagang, Etika Bisnis Islam

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur penulis senantiasa haturkan kehadiran Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada pemimpin pembawa kebenaran Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat beliau.

Selama proses penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, banyak pihak yang memberikan masukan dan bantuan termasuk juga memberikan fasilitas sehingga penyusunan skripsi ini berjalan lancar. Dengan selesainya skripsi ini, penyusun haturkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II dan III.
3. H. Nur Fathoni, M.Ag., selaku Kepala Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak Ahmad Furqon, Lc. M.A., selaku Sekjur Ekonomi Islam.
4. Dr. H. Musahadi, M.Ag., selaku pembimbing I dan H. Johan Arifin, S.Ag, MM., selaku pembimbing II yang telah bersedia

meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dinas Pasar beserta pengelola dan pedagang pasar Ngaliyan yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di sana.
6. Dosen, pegawai, dan seluruh civitas akademika di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
7. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulisan skripsi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Hanya sebuah ucapan terima kasih dan do'a yang dapat diberikan oleh penulis kepada Bapak/Ibu. Semoga amal baik yang telah mereka berikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Semarang, 03 November 2015



Siti Mina Kusnia
NIM.112411066

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Metode Penelitian	12
F. Sistematika Penulisan	18
BAB II: TINJAUAN UMUM PERILAKU PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM	
A. Perilaku Pedagang	20
1. Pengertian Perilaku	20

2.	Pengertian Pedagang	22
3.	Pengertian Perilaku Pedagang	23
B.	Etika Bisnis Islam	27
1.	Pengertian Etika	27
2.	Pengertian Bisnis	30
3.	Pengertian Etika Bisnis Islam	33
4.	Fungsi Etika Bisnis Islam	37
5.	Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam ..	38
C.	Pasar Tradisional	48
D.	Mekanisme Pasar	54
 BAB III: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		
A.	Sejarah Ngaliyan dan Pasar Ngaliyan	57
B.	Kepemilikan dan Struktur Pasar Ngaliyan	59
C.	Sarana dan Prasarana Pasar Ngaliyan	60
D.	Jumlah dan Jenis Bisnis Pedagang Pasar Ngaliyan	61
E.	Permasalahan Pasar Ngaliyan	62
F.	Perilaku Pedagang Pasar Ngaliyan	63
 BAB IV: ANALISIS PERILAKU PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM		
A.	Pemahaman Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Mengenai Etika Bisnis Islam	71

B. Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam	77
---	----

BAB V: PENUTUP

A. Kesimpulan	100
B. Saran	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

3.1 Data Informan dan Jenis Bisnis Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang	62
4.1 Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, bagi masyarakat pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu.

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.¹ Para ahli ekonomi mendeskripsikan sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya, pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain.²

Sesuai dengan perkembangannya dikenal dengan pasar tradisional maupun pasar modern. Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, dilaksanakan dengan manajemen

¹ Peraturan presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern*, 2007. WWW.bpkp.go.id , 7-6-2015 19:29

² Akhmad Mujahiddin., *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007, h.143.

tanpa perangkat teknologi modern dan mereka lebih memiliki golongan pedagang menengah kebawah dan tersebar, baik di kampung-kampung kota-kota kecil dan kota-kota besar dengan masa operasi rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang menggunakan teknologi modern, konsumennya dan pedagang dari golongan menengah ke atas, harga yang ditawarkan tetap dan sistem pelayanannya sendiri.

Seiring dengan perkembangan jaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Seperti contoh, 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. Perilaku menyimpang ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dari timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram.³

³ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010, h. 2

Pembeli atau konsumen sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan khususnya di pasar tradisional yang dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan. Kejujuran dalam perdagangan tetap dapat diwujudkan dengan cara para pedagang mengatakan secara jujur bahwa barang yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang kualitas buruk.

Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang. Maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen, beberapa penelitian YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia) diantaranya marak mendapati pedagang yang curang atau menipu konsumen, tidak jarang konsumen merasa dirugikan.⁴

Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang.⁵ kelengkapan suatu informasi, daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan

⁴ Lailatul Hikmah, “Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia”, <http://lailatulblog.blogspot.Com/2011/02/yayasan-lembaga-konsumen-indonesia.html> . Diakses pada hari minggu, 16-8-2015, jam 08:40.

⁵ Rafik Isa, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 72

pilihannya. Oleh karena itu, informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen.

Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh konsumen. Nilai kejujuran dipraktekkan oleh nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah SWT:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ
﴿ الْمُسْتَقِيمِ ﴾ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ
﴿ مُفْسِدِينَ ﴾ ﴿١٨٣﴾

Artinya:” Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan;181.dan timbanglah dengan timbangan yang lurus;182. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;183.⁶

Ayat tersebut diatas telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.⁷

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2005, h. 299

⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h 154

Kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional. Dalam undang-undang Republik Indonesia Nomor: 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang berisikan hak-hak konsumen, disamping kewajiban yang harus dilakukan. Dengan adanya undang-undang tersebut maka diharapkan kepada para pelaku bisnis untuk melakukan peningkatan dan pelayanan sehingga konsumen tidak merasa rugi. Yang penting dalam hal ini adalah bagaimana sikap produsen agar memberikan hak-hak konsumen yang pantas diperoleh. Disamping juga agar konsumen juga menyadari apa yang menjadi kewajiban.⁸ Apa yang tertuang dalam undang-undang tersebut secara eksplisit dan substansial sebenarnya sesuai yang diinginkan dalam etika bisnis Islam.

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan *syari'ah*.⁹ Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat

⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, h.113

⁹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997, h. 5

nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terzalimi.¹⁰

Dengan kata lain, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli.

Konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi nilai-nilai syari'ah seperti keadilan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim tetapi juga non muslim. 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 dilenyapkan dari pasar. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan.
4. Adanya kenaikan penurunan harga yang disebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.

¹⁰ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Ekonisia, 2004, Cet.1, h. 29

5. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.¹¹

Salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan adalah pasar tradisional Ngaliyan Semarang. Penulis memilih pasar tradisional Ngaliyan sebagai objek alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang telah diterapkan dalam etika bisnis Islam. Menurut pengamatan sementara yang di lakukan penulis kepada pedagang pasar Ngaliyan bahwa para pedagang tidak menepati janji yang dibuat dengan pembeli. Selain itu, ada pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau murah hati dengan ditandai pelayanan dengan mimik judes. Melihat permasalahan tersebut penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui **“PERILAKU PEDAGANG DI PASAR NGALIYAN SEMARANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM “**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak di teliti adalah sebagai berikut

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

1. Sejauh manakah Pemahaman Pedagang mengenai Etika Bisnis Islam di pasar tradisional Ngaliyan Semarang?
2. Bagaimanakah Perilaku Pedagang menurut perspektif etika bisnis Islam di pasar tradisional Ngaliyan Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun untuk tujuan dan manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam di pasar tradisional Ngaliyan Semarang
- b. Untuk mengetahui perilaku pedagang menurut perspektif etika bisnis Islam di pasar tradisional Ngaliyan Semarang

2. Manfaat Penelitian

Sedangkan hasil penelitian pada nantinya di harapkan dapat memberi manfaat antara lain :

- a. Manfaat teoritis yaitu penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta informasi bagi semua pihak terutama masyarakat muslim dan juga sebagai evaluasi terhadap penerapan etika bisnis Islam sekaligus sebagai acuan dan masukan dalam membuat kebijakan yang akan datang.
- b. Manfaat praktis yaitu bagi peneliti dapat menambah wawasan teori dan praktek tentang etika bisnis Islam. Bagi pedagang dapat memberikan masukan dan

sumbangan pemikiran, bagi pihak lain hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi dalam penelitian selanjutnya.

D. Tinjauan Pustaka

Etika bisnis Islam telah mendorong beberapa peneliti untuk mengadakan penelitian terhadap etika bisnis Islam pada pedagang sebagai berikut:

1. Penelitian Agam Santa Atmaja yang berjudul “*Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)*” menjelaskan bahwa jumlah pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal sebanyak 869 orang. Etika bisnis Islam relevan diterapkan pada setiap pedagang khususnya para pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal, berdampak positif bukan hanya sebatas keuntungan bagi pedagang saja, akan tetapi berdampak pula pada para konsumen, supplier, dan produsen. Selain itu, Adanya dampak langsung penerapan etika berdagang dalam perspektif ekonomi Islam di pasar pagi Kaliwungu Kendal secara nyata terlihat dari para pedagang tetap mendapatkan keuntungan dengan menerapkan etika bisnis dalam usahanya.¹²

¹² Agam Santa Atmaja, “ *Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Muslim di Pasar Kaliwungu Kendal)*”, Skripsi IAIN Walisongo Semarang, 2014

2. Penelitian Fitri Amalia “*Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok*” menyimpulkan bahwa segala hasil penelitian menunjukkan sebanyak 83% para pedagang di Bazar Madinah sudah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya. Di dalam kegiatan produksi Hampir seluruh pedagang di Bazar Madinah, yakni sebesar 96% Untuk sistem harga, sebanyak 78% pedagang di Bazar Madinah sudah menerapkan sistem harga sesuai yang disyariahkan sudah menjalankan sesuai syariat Islam serta tidak ditemukan persaingan yang tidak sehat antar pedagang. Selain itu, manajemen secara syariah Islam sudah diimplementasikan oleh sekitar 80% dari para pedagang di bazar madinah.¹³
3. Skripsi Rifa Atun Nurul laily dengan judul “*Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima di Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta*”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian untuk mengetahui etika bisnis pedagang kaki lima di kawasan Universitas Negeri Yogyakarta. Etika bisnis pedagang kaki lima di kawasan Universitas Negeri Yogyakarta ditinjau dari prinsip ekonomi yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (80%), prinsip kejujuran yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (88,3%), sedangkan menurut konsumen prinsip kejujuran yang sudah dijalankan pedagang kaki lima

¹³ Fitri Amalia “*Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok*”, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

mayoritas dalam kategori cukup baik (57%), prinsip tidak berniat jahat yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (81,7%), sedangkan menurut konsumen prinsip tidak berniat jahat yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (55%), prinsip keadilan yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (85%), sedangkan menurut konsumen prinsip keadilan yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (58%), dan prinsip hormat pada diri sendiri yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (90%), sedangkan menurut konsumen prinsip hormat pada diri sendiri yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori cukup baik (55%).¹⁴

Setelah membaca tinjauan pustaka diatas nampak adanya perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang, perbedaan tersebut terletak pada tema pembahasan dan objek penelitian. Pada penelitian ini, perilaku pedagang menurut etika bisnis Islam yang meliputi prinsip tauhid (*unity*), kehendak bebas, keseimbangan (keadilan), pertanggungjawaban, dan ihsan. Sementara objek penelitian yaitu para pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang.

¹⁴ Rifa Atun Nurul laily dengan judul “*Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima di Kawasan Universitas Negeri Yogyakarta*”, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2012

E. Metode 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.¹⁵ Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan (field research), yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti¹⁶ yaitu para pedagang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam.¹⁷ Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik bidang tertentu. Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia)¹⁸ di mana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik

¹⁵ Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT.Gramedia, 1981, h.13

¹⁶ Hadi Sutrisno. *Metodologi Research*,, Yogyakarta : Andi Offset ,2001, h.32

¹⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung,:Alfabeta, Cet. 19, 2013, h.209

¹⁸ Burhan Bungin (ed), *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, h. 42

melainkan analisis data dilakukan secara induktif.¹⁹ Dalam penelitian ini meneliti tentang perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang berdasarkan etika bisnis Islam.

2. Teknik Penentuan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.²⁰ Pemanfaatan informan bagi peneliti adalah untuk membantu agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang dapat dijangkau serta untuk menghindari terjadinya pengulangan data. Subjek dan informan dalam penelitian yang dimaksud adalah informan penelitian yang berfungsi untuk menjangkau sebanyak-banyaknya data dan informasi yang akan berguna bagi pembentukan konsep dan proposisi sebagai temuan penelitian.²¹

Dalam penelitian ini penentuan informan menggunakan teknik/cara purposive yang bermaksud untuk mendapatkan informasi sesuai dengan permasalahan penelitian.²² Menurut Sugiyono Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel

¹⁹ Sugiono, *Metode*, h.9

²⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004, h. 132.

²¹ Bungin, Burhin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2001, h. 206.

²² *Ibid.*, h.90.

sumber datanya adalah orang yang ahli dibidang makanan.²³

Pada penelitian ini, mengelompokkan informan berdasarkan jenis bisnis dan yang beragama Islam, kemudian dari masing-masing kategori diambil satu sebagai sampel. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak sepuluh informan.

3. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek peneliti.²⁴Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara maupun observasi langsung dengan para pedagang di pasar tradisional, serta informan yang terkait dengan penelitian ini. Dengan kata lain data primer diperoleh dari para pedagang sebagai informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lain,

²³ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung:Alfabeta, Cet. 23, 2013, h. 68

²⁴ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu – Ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Cet . 1, 2004 h 122

misalnya dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.²⁵ Dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi, *website*, buku, jurnal, serta data yang diperoleh dari kantor petugas pasar tradisional yang menunjang penelitian..

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu :

a. Wawancara atau *interview*

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.²⁶ Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan para pedagang pasar Ngaliyan Semarang. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (*semi structure interview*) artinya peneliti menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaannya lebih bebas, dalam arti tidak menutup

²⁵ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2010, h 12

²⁶ Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : PT Bumi Aksara, Cet. 10, 2009, h. 70

kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas ²⁷

b. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati, serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.²⁸ Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipasi pasif, artinya peneliti datang ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli) yang dilakukan oleh objek yang diamati.²⁹ Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

²⁷ Sugiyono, *Metode . . .*, h. 233.

²⁸ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalian Data Kualitatif*, Jakarta: rajawali Press, 2013, h.132

²⁹ Sugiyono, *Metode . . .*, h. 227.

Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu buku-buku yang dijadikan sumber rujukan dalam penulisan skripsi.³⁰ Dalam penelitian ini, dokumentasi di dapatkan dari arsip kantor pasar Ngaliyan yang menunjang dalam penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi serta membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.³¹ Dalam proses analisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif adalah menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Data hasil analisis tidak menggunakan angka-angka, tetapi dideskripsikan berdasarkan data hasil wawancara dan observasi yang diyakini kevalidannya.

Setelah itu data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan.

³⁰ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010, h.240

³¹ Sugiono, *Metode...*, h. 244.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka terdahulu, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : PEMBAHASAN UMUM

Bab ini terdiri dari beberapa sub bab. Sub bab yang pertama menjelaskan konsep perilaku pedagang yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai pengertian perilaku, pengertian pedagang dan pengertian perilaku pedagang. Sub bab yang kedua tentang etika bisnis Islam terlebih dahulu, yang didalamnya terdapat penjabaran mengenai pengertian etika, pengertian bisnis, pengertian etika bisnis Islam, fungsi etika bisnis Islam, prinsip- prinsip etika bisnis Islam. Sub bab kedua tentang pasar tradisional. Sub bab ketiga menjelaskan mekanisme pasar.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini dijelaskan tentang gambaran umum dari objek penelitian penulis yaitu Pasar Ngaliyan Semarang.

Dalam bab ini terdiri dari sejarah pasar Ngaliyan Semarang, karakteristik pedagang, permasalahan dan perkembangan, perilaku pedagang di pasar Ngaliyan tradisional Semarang.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil dan pembahasan penelitian pada perilaku pedagang di pasar Ngaliyan Semarang

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis terhadap topik penelitian Seluruh rangkaian pembahasan yang berisi tentang kesimpulan pembahasan dan saran-saran sebagai masukan kepada pihak atau subjek yang bersangkutan.

BAB II
TINJUAN UMUM TENTANG
PERILAKU PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL
DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. Perilaku Pedagang

1. Pengertian Perilaku

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.²

Dalam kehidupan sehari-hari istilah perilaku disamakan dengan tingkah laku. Menurut Koentjaraningrat dikutip oleh Rokhmad Prastowo yang dimaksud tingkah laku adalah perilaku manusia yang prosesnya tidak terencana dalam gennya atau yang tidak timbul secara naluri saja, tetapi sebagai suatu hal yang harus dijadikan milik dirinya dengan belajar.³

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

² <http://kbbi.web.id/perilaku>, Pada tanggal 01 September 2015, Jam 05:47

³ Rokhmad Prastowo, *Karakteristik Sosial Ekonomi dan Perilaku Kerja*

Perilaku memiliki pengertian yang cukup luas, sehingga mencakup segenap pernyataan atau ungkapan, artinya bukan hanya sekedar perbuatan melainkan juga kata-kata, ungkapan tertulis dan gerak gerak.⁴

Dalam buku lain diuraikan bahwa perilaku adalah suatu kegiatan atau aktifitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan. oleh sebab itu, dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup mulai dari tumbuh-tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka mempunyai aktifitas masing-masing. sehingga yang dimaksud perilaku manusia, pada hakikatnya adalah tindakan atau aktifitas manusia dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, tertawa, bekerja dan sebagainya. dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku (manusia) adalah serangkaian kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati pihak luar. Menurut Moefad salah satu dosen UIN Sunan Ampel Surabaya perilaku itu terjadi karena adanya dorongan-dorongan yang kuat dari diri dalam diri seseorang itu sendiri.⁵

Perempuan Pedagang Asongan, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sebelas Maret, 2008, h. 30.

⁴ Devos, *Pengantar Etika*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987, h. 27.

⁵ M. Moefad, *Perilaku Individu dalam Masyarakat Kajian Komunikasi Sosial*, Jombang: el-DeHA Press Fakultas Dakwah IKAHA, 2007, h. 17

Yang dimaksud perilaku dalam penelitian ini adalah segala tingkah laku yang diterapkan oleh pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang dalam menjalankan aktivitas berdagang.

2. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.⁶ Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi.⁷ Pedagang dibagi menjadi tiga, yaitu :

a. Pedagang besar/ distributor/ agen tunggal

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

b. Pedagang menengah/ agen/ grosir

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

⁶ Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014, h. 231

⁷ C.S.T. Kensil dan Christine S.T. Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, h. 15.

c. Pedagang eceran/ pengecer

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.⁸

3. Perilaku Pedagang

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk kepada norma-norma moral yang terdapat pada masyarakat.⁹

Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman,

⁸ <http://organisasi.org/jenis-macam-pedagang-perantara-pengertian-distributor-agen-grosir>, Pada tanggal 01 September 2015, Jam 05:51

⁹ Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2002, h. 41.

tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.¹⁰

Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebajikan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep falah yang terdapat dalam Al Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai falah, aktifitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral. Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral.¹¹

Yusuf Qardawi, dalam bukunya norma dan etika ekonomi Islam secara tegas telah memisahkan antara nilai-nilai dan perilaku dalam perdagangan. Di antara norma-norma atau nilai-nilai syariah itu adalah sebagai berikut:¹²

- a. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.

Perilaku yang muncul dari memahami nilai ini adalah larangan mengedarkan barang- barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan, atau cara apa saja

¹⁰ Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim* (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten), *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 1 No.1 Januari- Juni 2014, h. 13.

¹¹ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, Jakarta : Bumi Aksara, 1996, h. 5

¹² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema Insani Press, 1997, h. 173

untuk memudahkan peredarannya.

b. Bersikap benar, amanah, dan jujur.

Perilaku yang dimaksud benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah bagian dari pada sikap munafik. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga atau upah. Jujur, selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.

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

gaji karyawan tepat waktu.

- d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.

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

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

- e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.

Salah satu moral terpuji ialah sikap toleran dan menjauhkan faktor eksploitasi. Tindakan eksploitasi banyak mewarnai dunia perdagangan, terutama perdagangan yang berada dibawah naungan kapitalis. Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak-hak orang lain demi terpeliharanya persaudaraan. Jika individu dalam sistem kapitalis tidak mengindahkan hal-hal yang berkaitandengan etika seperti tidak mengindahkan perasaan orang lain, tidak mengenal akhlak dalam bidang ekonomi, dan hanya mengejar keuntungan, maka sebaliknya, Islam sangat

memperhatikannya. Islam menganjurkan kepada pedagang agar mereka bersedekah semampunya untuk membersihkan pergaulan mereka dari tipu daya, sumpah palsu dan kebohongan.

- f. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat. Bekal Pedagang Menuju Akherat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan ialah, meskipun seorang muslim telah meraih keuntungan jutaan dolar lewat perdagangan dan transaksi, ia tidak lupa kepada Tuhannya. Ia tidak lupa menegakkan syariat agama, terutama shalat yang merupakan hubungan abadi antara manusia dan Tuhannya. Perilaku yang berhubungan dengan nilai ini diantaranya adalah tidak bertransaksi pada waktu shalat jumat, tidak meninggalkan shalat/tidak melalaikan diri dari ibadah, niat yang lurus, selalu ingat kepada Allah dalam berdagang, mengukur waktu berdagang dan puas dengan keuntungan yang diperoleh, menghindari syubhat, dan membayarkan zakat.

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Secara etimologi (bahasa) “etika “ berasal dari kata bahasa Yunani *ethos* . Dalam bentuk tunggal, “*ethos*” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat,

etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak.¹³ Dalam al-Quran etika berasal dari kata *khuluq* yang berarti kebiasaan atau perangai.¹⁴

Etika menurut terminologi merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Di sini etika dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.¹⁵ Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.¹⁶

Dengan demikian ada persamaan antara etika dan moralitas. Moralitas berasal dari bahasa latin '*Mos*' yang dalam bentuk jamaknya '*Mores*' berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi, pengertian pertama secara harfiahnya, etika dan moralitas, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang

¹³ Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009, Cet .1, h.173.

¹⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004, h. 38.

¹⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, h. 4.

¹⁶ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h.3.

telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.¹⁷ Namun ada pula perbedaannya yaitu etika berkaitan dengan kelakuan manusia, atau dapat dikatakan bahwa etika adalah ilmu kritis yang mempertanyakan dasar rasionalitas sistem-sistem moralitas yang ada. Dengan kata lain etika bersifat teori, sedangkan moralitas adalah sistem nilai mengenai bagaimana manusia harus hidup secara baik sebagai manusia. ¹⁸Dengan kata lain moralitas lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum(universal) sedangkan moral bersifat lokal, lebih khusus.¹⁹

Menurut Magnis Susno yang dikutip oleh Johan Arifin berpendapat bahwa etika adalah sebuah ilmu dan bukan ajaran. Yang memberi kita norma tentang bagaimana kita harus hidup adalah moralitas. Sedangkan etika justru melakukan refleksi kritis atau norma atau ajaran moral tertentu. Moralitas adalah petunjuk konkret yang siap pakai tentang bagaimana kita harus hidup. Sedangkan etika adalah perwujudan dan pengejawantahan secara kritis dan rasional

¹⁷ Agus arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 5.

¹⁸ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h.9.

¹⁹ Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: CV ALFABETA, 1994 h.51

ajaran moral yang siap pakai itu. Keduanya mempunyai fungsi yang sama, yaitu memberi kita orientasi bagaimana dan kemana kita harus melangkah dalam hidup ini. Tetapi bedanya, moralitas langsung mengatakan kepada kita.²⁰

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

2. Pengertian Bisnis

Kata “bisnis” dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.²¹ Kata bisnis dalam al-Qur’an biasanya yang digunakan *al-tijarah*, *al-bai’*. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah* yang bermakna berdagang atau berniaga yang artinya pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Ia merupakan sebuah nama yang mencakup pengertian terhadap kebalikannya yakni *al-syira’* (membeli). Demikianlah *al-bai’* sering diterjemahkan dengan “jual

²⁰ *Ibid.*, h. 9-10

²¹ Arifin, *Etika ...*, h. 20.

beli”.²²

Menurut Heri Suhendi jual beli adalah perjanjian tukar menukar barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian yang dibenarkan syara’ dan disepakati.²³

Bisnis terdapat dua pengertian pokok mengenai bisnis, pertama, bisnis merupakan kegiatan-kegiatan. Dan kedua, bisnis merupakan sebuah perusahaan. Para ahli pun mendefinisikan bisnis dengan cara berbeda. Definisi Raymond E. Gos seperti yang dikutip Husein Umar, dianggap memiliki cakupan yang paling luas, yakni:²⁴

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

Menurut Skinner sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat.²⁵ Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang

²² Ghufron A. Mas’adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002, h. 119.

²³ Heri Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008, h.68.

²⁴ Husein Umar, *Business an Introduction*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000,h. 3.

²⁵ Arifin, *Etika ...*, h. 20.

terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Brown dan Petrello, bisnis yaitu suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Secara ringkas dapat dinyatakan bahwa bisnis suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan orang lain atau dalam masyarakat.²⁶

Menurut Buchari Alma, bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.²⁷

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

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bisnis adalah suatu kegiatan tukar menukar barang atau jasa yang dilakukan seseorang atau kelompok

²⁶ Buchari Alma, *Ajaran ...*, h.18.

²⁷ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*: Bandung: Alfa Beta, 1993, h. 3.

untuk memenuhi kebutuhannya dan memperoleh keuntungan melalui kegiatan tersebut.

3. Etika Bisnis Islami

Sebelum berbicara tentang etika bisnis Islami lebih jauh, perlu diketahui tentang etika bisnis. Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi.²⁸

Menurut Muslich etika bisnis dapat diartikan sebagai pengetahuan tentang tata cara ideal pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan secara ekonomi/sosial, dan penetapan norma dan moralitas ini menunjang maksud dan tujuan kegiatan bisnis.²⁹

Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai

²⁸ Veithzal Rival, dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002, h. 4.

²⁹ Muslich, *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekonesia, 2004, h. 9.

komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas.³⁰

Etika memiliki peran penting dalam dunia bisnis ketika masyarakat memahami kegiatan bisnis tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Etika dalam Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap iri, dengki, dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariat Islam.³¹

Bisnis Islami adalah upaya pengembangan modal untuk kebutuhan hidup yang dilakukan dengan mengindahkan etika Islam. Selain menetapkan etika, Islam juga mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis.³² Bisnis Islami juga dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan

³⁰ Arifin, *Etika ...*, h. 22.

³¹ Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h. 5.

³² Bambang Subandi, *Bisnis sebagai strategi Islam*, Surabaya: Paramedia, 2000, h. 65.

(barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Sesuai dalam firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah: 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ 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.”³³

Jadi sesuai dengan pernyataan diatas Etika bisnis Islam menurut Mustaq Ahmad adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur’an dan Hadits.³⁴

Menurut Muhammad Djakfar, etika binis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur’an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas

³³ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemah*, Bandung: CV Diponegoro, 2005, h.21.

³⁴ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2001, h. 152.

bisnis.³⁵ Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.³⁶

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.³⁷ 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 SWT QS. Al- Hasyr : 18

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا

اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

³⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2008, h. 84.

³⁶ Ibid., h.85

³⁷ Arifin, *Etika.....*, h. 74.

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.”³⁸

Etika bisnis Islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Oleh karenanya, bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT. Oleh karena itu, pada prinsipnya pengetahuan akan etika bisnis dalam pandangan Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap para pebisnis/pedagang terutama pebisnis/pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha yang sekarang telah memasuki era globalisasi untuk menghindari diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah SWT.

4. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami. *Pertama*, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyalurkan dan menyalurkan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. *Kedua*, etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan

³⁸ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung: CV Diponegoro 2005, h. 437.

perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis. *Ketiga*, etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al Qur'an dan sunnah. ³⁹

5. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya). ⁴⁰ Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku etika bisnis. Maka prinsip-prinsip dapat dirinci dengan kategori yang akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Prinsip *Unity* (Tauhid)

Menurut Syed Nawab Naqwi R. Lukman Fauroni, kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu

³⁹ Arifin, *Etika*, h. 76.

⁴⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h. 896 .

homogeneous whole atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.⁴¹

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.⁴² Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sifat Raqib (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.⁴³

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan

⁴¹ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006, h. 144

⁴² Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, h. 89.

⁴³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, h. 13.

melakukan paling tidak tiga hal⁴⁴ sebagai berikut: *pertama*, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. *Kedua*, menghindari terjadinya praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. *Ketiga*, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda.

b. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.⁴⁵ Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya.

Keseimbangan atau '*adl*' menggambarkan dimensi horizontal ajaran islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan

⁴⁴ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 15-16

⁴⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004, h. 55

yang kita liat di alam semesta merefleksikan konsep keseimbangan yang rumit ini.⁴⁶ Tatanan ini pula yang dikenal dengan sunnatullah.⁴⁷

Sifat kesetimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan sikap kesetimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah SWT dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasatan*⁴⁸. Untuk menjaga keseimbangan antara mereka yang berpunya dan mereka yang tak berpunya, Allah SWT menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan.

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

⁴⁶ *Ibid*, h. 36.

⁴⁷ R. Lukman, h. 146.

⁴⁸ *Ummatan wasatan* adalah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Lihat, Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*,,h. 147

aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.⁴⁹

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Pada struktur ekonomi dan bisnis, agar kualitas kesetimbangan dapat mengendalikan semua tindakan manusia, maka harus memenuhi beberapa persyaratan. Pertama, hubungan-hubungan dasar antar konsumsi, distribusi dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggam tangan segelintir orang. Kedua, keadaan perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang menjadi semakin menyempit. Ketiga, akibat pengaruh dari sikap egalitarian yang kuat demikian, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui adanya, baik hak milik yang terbatas maupun sistem pasar yang bebas

⁴⁹ *Ibid*, h.91

tak terkendali. Hal ini disebabkan bahwa ekonomi dan bisnis dalam pandangan Islam bertujuan bagi penciptaan keadilan sosial.

Dengan demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan pikir kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia melainkan bagi menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia menjadi khalifah.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*ikhtiar/free will*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.⁵⁰

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan

⁵⁰ Muhammad, *Etika ...*, h.56.

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

Pasar Islami harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi adanya pendistribusian kekuatan ekonomi dalam sebuah mekanisme yang proporsional. Namun, dalam Islam tentunya kehendak bebas dan berlaku bebas dalam menjalankan roda bisnis harus benar-benar dilandaskan pada aturan-aturan syariah. Tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara yang kotor dan bisa merugikan orang banyak.

Konsep ini dalam aktivitas ekonomi mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam dengan adanya larang bentuk monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan

persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu. Manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini memang dibekali potensi kehendak bebas dalam melakukan apa saja demi mencapai tujuannya lebih dari itu potensi kebebasan yang telah dianugerahkan Allah hendaknya dijadikan sebagai sarana untuk mengarahkan serta membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai aturan-aturan syari'ah. Berdasarkan hal tersebut, kemudian berkehendak atau berlaku bebas dapat diterapkan pada semua aspek kehidupan ini, tak terkecuali dalam dunia perekonomian khususnya bisnis.

d. Prinsip Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya.⁵¹

Dalam dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai,

⁵¹ Rafik Issa,....h. 40

atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.⁵² Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu menciptakan satu kehidupan yang dinamis dalam masyarakat.

Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat terlapis ganda dan terfokus baik dari tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersama-sama. Menurut Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.⁵³

e. Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa

⁵² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 144

⁵³ Rafik Issa, ..., h.41.

adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat.⁵⁴

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

Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan. Aplikasinya, menurut al-Ghazali terdapat tiga prinsip pengejawantahan kebajikan: Pertama, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya, jika perlu mengutang utangnya. Kedua, menerima pengembalian barang yang sudah dibeli. Ketiga, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba.

Dalam sebuah kerajaan bisnis, terdapat sejumlah perbuatan yang dapat *mensupport* pelaksanaan aksioma *ihsan* dalam bisnis,⁵⁵

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

⁵⁴ Rafik Issa,...h.

⁵⁵ Achmad Charris Zubbir, *Kuliah Etika*, Jakarta: Rajawali Press,1995,

C. Pasar Tradisional

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.⁵⁶

Dalam pengertian sederhana, pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan tempat berkumpul para penjual yang menawarkan barang ataupun jasa kepada pembeli yang mempunyai keinginan dan kemampuan untuk memiliki barang dan jasa tersebut hingga terjadinya kesepakatan transaksi atau transfer atas kepemilikan barang atau kenikmatan jasa.⁵⁷

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

⁵⁶ Peraturan presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern*, 2007. WWW.bpkp.go.id , 7-6-2015 19:29

⁵⁷ Suwinto, *Studi*,h. 40

yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.⁵⁸

Kasmir mendefinisikan pasar sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran.⁵⁹

Secara sederhana, definisi pasar selalu dibatasi oleh anggapan yang menyatakan antara pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung untuk mengadakan interaksi jual beli. Namun, pengertian tersebut tidaklah sepenuhnya benar karena seiring kemajuan teknologi, internet, atau malah hanya dengan surat. Pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, mereka dapat saja berada di tempat yang berbeda atau berjauhan. Artinya, dalam proses pembentukan pasar, hanya dibutuhkan adanya penjual, pembeli, dan barang yang diperjualbelikan serta adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang, untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Dari definisi tersebut dapatlah diketahui

⁵⁸ Akhmad , *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007, h.143.

⁵⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, h 156

adanya tiga unsur penting yang terdapat dalam pasar, yakni

- a. Orang dengan segala keinginannya.
- b. Daya beli mereka.
- c. Kemauan untuk membelanjakan uangnya.

Menurut Peraturan menteri Perdagangan Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Nomor 70 tahun 2013 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.⁶⁰

Menurut Peraturan Daerah Kabupaten Grobogan No. 25 tahun 2011 pasar tradisional adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia yang dikutip oleh Galuh Oktavina, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok yang dihasilkan

⁶⁰ Peraturan Menteri Perdagangan ,*Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*, Nomor:70, tahun 2013, h. 4.

oleh para pelaku ekonomi berskala menengah kecil serta mikro. Salah satu pelaku di pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengrajin dan *home industri* (industri rakyat). Menurut Geertz yang dikutip oleh Galuh Oktavina berpendapat bahwa pasar tradisional menunjukkan suatu tempat yang diperuntukkan bagi kegiatan yang bersifat *indigenous market trade*, sebagaimana telah dipraktikkan sejak lama (mentradisi). Pasar tradisional lebih bercirikan bazar *type economic* skala kecil. Karenanya, pasar tradisional secara langsung melibatkan lebih banyak pedagang yang saling berkompetisi satu sama lain di tempat tersebut. Selain itu, pasar ini menarik pengunjung yang lebih beragam dari berbagai wilayah. Tidak kalah pentingnya, pasar tradisional terbukti memberikan kesempatan bagi sektor informal untuk terlibat di dalamnya. Selain itu, pasar ini menarik pengunjung yang lebih beragam dari berbagai wilayah.⁶¹

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain

⁶¹ Galuh Oktavina, Redesain Pasar Tradisional Jongke,”[http://E-Journal .uajay.ac.id/ 835 /3 / 2TA1204.pdf](http://E-Journal.uajay.ac.id/835/3/2TA1204.pdf). Diakses pada tanggal 19-09-2015, pukul 10.40 wib.

itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Dari beberapa pengertian diatas, pasar tradisional adalah tempat pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah yang merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi jual beli secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar menawar dan bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los, dan dasaran terbuka. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar mudah-kan pembeli untuk mencapai pasar. Sedangkan untuk ciri-ciri pasar tradisional⁶² sebagai berikut:

- a. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan atau dikelola oleh pemerintah daerah.
- b. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar. Hal ini yang dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
- c. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama.

⁶² E-journal.uajay.ac.id/835/3/2TA1204.pdf, pada tanggal 19-09-2015, 10: 40 wib

Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu juga terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu, dan daging.

- d. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada beberapa dagangan yang diambil dari hasil bumi dari daerah lain yang berada tidak jauh dari daerah tersebut namun tidak sampai meng import hingga keluar pulau atau negara.

Dari berbagai ciri-ciri diatas, Pasar Ngaliyan memenuhi ciri-ciri pasar tradisional yang telah ditentukan oleh menteri perdagangan Indonesia. Lahan dan bangunan Pasar Ngaliyan dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah Kabupaten Semarang.

Pada Pasar Ngaliyan juga terdapat sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Proses tawar menawar inilah yang membuat antara pedagang dan pembeli memiliki ikatan sosial. Selain itu, proses tawar menawar antara penjual dan pembeli cukup mempengaruhi ramainya stan atau kios yang berada di pasar tersebut.

D. 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.⁶³

Gambaran pasar yang Islami adalah pasar yang didalamnya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan nilai dan moralitas Islam yang terdiri dari norma yang berlaku untuk muslim dan norma yang berlaku untuk masyarakat umum seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan.⁶⁴

Prinsip dasar yang diajarkan oleh Rasulullah SAW berkaitan dengan mekanisme pasar dalam perdagangan, kedua belah pihak dapat saling menjual dan membeli barang secara ikhlas artinya tidak ada campur tangan serta intervensi pihak lain dalam menentukan harga barang.

Dengan mengacu Al-Qur'an dan praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibnu Taymiyyah

⁶³ Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam" Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar"*, Jurnal Hukum Islam, vol IV no. 2, Desember 2005, h. 121

⁶⁴ Husein Umar, *Studi kelayakan Bisnis edisi-3: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*, Jakarta : Kompas Gramedia, 1997, h. 122.

menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang Islami adalah

- a. Orang harus bebas keluar masuk pasar.
- b. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang dagangan.
- c. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan.
- d. Adanya kenaikan penurunan harga yang disebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
- e. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.⁶⁵
- f. Mekanisme pasar dibangun atas kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang disukai. Ibnu Taymiah 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.⁶⁶

⁶⁵ Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 122.

⁶⁶ Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 123.

Mekanisme pasar dibangun atas kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang disukai. Ibnu Taymiah 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.⁶⁷

⁶⁷ Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 123.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Ngaliyan dan Pasar Ngaliyan

Ngaliyan adalah sebuah kecamatan yang terletak di sebelah barat kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia berbatasan dengan kecamatan Mijen, Semarang Barat dan Tugu. Sebelum menjadi sebuah kecamatan sendiri, Ngaliyan merupakan kelurahan di dalam wilayah kecamatan Tugu. Namun, melihat potensi pengembangan dan luas wilayahnya, maka akhirnya Ngaliyan berubah menjadi sebuah kecamatan.

Ngaliyan yang berada di sebelah barat pusat kota Semarang mempunyai posisi yang strategis karena menjadi penghubung antara Semarang dan Kendal. Selain itu, lokasinya yang cukup tinggi menjadikan wilayah ini bebas banjir dan sangat cocok untuk dijadikan kawasan hunian. Ngaliyan bisa dibilang mempunyai fasilitas umum yang relatif baik. Mulai dari pasar tradisional, sarana peribadatan (masjid, gereja), terminal angkutan umum, sekolah umum, perumahan dan banyak lagi. Kantor kecamatan Ngaliyan berada di pinggir jalan raya Ngaliyan-Boja, sekitar 3 km dari Jarakah. Di depan kantor kecamatan ini terdapat sebuah lapangan sepak bola, yang biasa digunakan untuk berbagai kegiatan umum, seperti perayaan 17 Agustus. Di seberang lapangan sepak bola Ngaliyan terdapat masjid Ngaliyan, yang

disebut Masjid Darus syukur. Masjid inilah yang menjadi pusat kegiatan agama Islam di Ngaliyan dan sekitarnya.

Pasar Ngaliyan yang terletak di pinggir jalan. Raya Ngaliyan Boja, hanya beberapa puluh meter jauhnya dari kantor kecamatan Ngaliyan, sehingga menjadikannya sentra ekonomi utama di sana. Meskipun keberadaannya belakangan digero-goti kehadiran pusat-pusat perniagaan baru, seperti jaringan toko ritel Indomaret, namun signifikasinya bagi warga Ngaliyan tetaplah kuat.¹

Sejarah berdirinya pasar Ngaliyan, dimulai dengan banyak pedagang jambu biji yang berjualan di lahan bengkok. Akibatnya terjadi permintaan dan penawaran kebutuhan pokok yang mengakibatkan semakin lama semakin banyak pedagang yang menawarkan dagangannya ditempat ini dan jadilah sebuah pasar.² Pasar Ngaliyan di dirikan pada tahun 1977-1978 dan mulai beroperasi mulai tahun 1979 dengan luas lahan 1520 M2 dan luas bangunan 900 M2, pasar Ngaliyan berada di Jl. Prof. Dr. Hamka, Kel. Ngaliyan, Kec. Ngaliyan. Pasar Ngaliyan secara administratif terletak di kecamatan Ngaliyan yang berada di bagian barat kota semarang. Pasar Ngaliyan berada di pinggir jalan raya Ngaliyan-Boja, yang jauhnya hanya beberapa puluh meter saja dari kantor kecamatan Ngaliyan, sehingga menjadi sentra

¹ <http://portalsemarang.com/profil-kecamatan-ngaliyan> , Diakses pada tanggal 16 Oktober 2015, Jam 07.42 wib

² Wawancara dengan Bapak Sutardi kepala Pasar Ngaliyan, Pada tanggal 19 Oktober 2015.

ekonomi utama disana. Pasar Ngaliyan digolongkan sebagai pasar wilayah dibawah naungan UPTD Pasar Wilayah yaitu Pasar Karang Ayu, pasar ini buka mulai pagi hingga sore hari. Barang-barang yang dijual beraneka ragam diantaranya kebutuhan pokok, sayur mayur, ikan, bumbu, buah-buahan, peralatan rumah tangga, dan pakaian. Mayoritas pedagang yang berada di pasar Ngaliyan berasal dari sekitar pasar Ngaliyan.

B. Kepemilikan dan Struktur Organisasi Pengelola Pasar Ngaliyan Semarang

Hak kepemilikan Pasar Ngaliyan dimiliki oleh Pemerintah Kota Semarang yang memberikan kewenangan kepada Kantor Dinas Pasar Semarang sebagai pihak yang bertanggung jawab mengurus aktifitas dan perkembangan Pasar Ngaliyan. Oleh Dinas Pasar Kota Semarang tugas tersebut tidak diemban secara langsung dari kantor pusat melainkan melalui perwakilannya yaitu UPTD pasar wilayah karang Ayu. UPTD pasar Karang Ayu membawahi 8 pasar salah satu dari pasar itu adalah pasar Ngaliyan. Akan tetapi aktifitas administrasi pasar secara langsung ditangani oleh Kantor Pasar – yang merupakan lembaga di bawah Kantor Cabang – yang diketuai oleh Bapak Sutardi Waryo Atmojo, S.E yang dibantu oleh seksi pemungutan yaitu Bapak Sarno. Seksi Pemungutan Retribusi memiliki tugas untuk menarik retribusi dari para pedagang yang dilakukannya setiap hari.

C. Sarana dan Prasarana Pasar Ngaliyan Semarang

Sebagai salah satu tempat “perkumpulan” massa yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, terutama kebutuhan sandang dan pangan, maka sebuah pasar tidak dapat dilepaskan dari sarana dan prasarana yang ada di dalamnya. Sebab tanpa adanya sarana dan prasarana (setidak-tidaknya) yang mendukung, maka kegiatan dalam lingkungan pasar akan terganggu atau bahkan tidak akan dapat berlangsung. Hal ini berlaku pada setiap pasar, termasuk salah satunya adalah Pasar Ngaliyan.

Sarana dan prasarana yang ada di Pasar Ngaliyan yang terpapar bawah ini:

- a. Tempat berjualan :
 - 1) Kios dengan Petak Luas 153 M^2
 - 2) Los dengan Petak Luas 372 M^2
 - 3) Dasaran Terbuka dengan Petak Luas 286 M^2
 - 4) Pancaan dengan Petak Luas 54 M^2
 - 5) PKL dengan Petak Luas 1127 M^2
- b. Tempat beribadah tidak ada
- c. Reklame tidak ada
- d. Parkir : Tidak Ada
- e. Mushola : Tidak Ada
- f. Reklame : Tidak Ada
- g. TPS : 1 buah ukuran 6 M^3 , dengan volume sampah 3 m^3 / hari yang mengelola dinas pasar.

- h. Daya Listrik : 6000 Waat
- i. MCK: 1 Buah 2 Kamar Ukuran 8 M³ sumber air berasal dari PDAM yang mengelola UPTD
- j. Drainase ada tetapi sebagian dalam pasar belum ada drainase
- k. Jalan lorong DT 64 m²

D. Jumlah dan Jenis bisnis Pedagang Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang

Dari data yang di peroleh peneliti jumlah di pasar Ngaliyan Semarang sebagai berikut:

- 1) Kios : 13 Orang
- 2) Los : 64 Orang
- 3) Dasaran Terbuka : 112Orang
- 4) Pancaan : 38 Orang
- 5) PKL : 120 Orang

Dari jumlah 347 pedagang jenis usaha yang dijalankan beraneka ragam diantaranya yaitu, kelontong, buah, pecah belah/ gerabah, daging, tempe/tahu, roti/makanan. Pakaian, telur, warung makan, bumbu, aksesoris, jamu sedu, jasa, hasil bumi/sayur. Dalam penelitian ini mengambil 10 informan yang mewakili 347 pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang, diantaranya:

Tabel 3.1
Data Informan dan Jenis bisnis Pedagang di Pasar Tradisional
Ngaliyan Semarang

No	Nama pedagang	Jenis dagangan	Jenis kelamin	Lama usaha
1	Informan A	Perabotan Rumah Tangga	Perempuan	15 tahun
2	Informan B	Daging ayam	Perempuan	20 tahun
3	Informan C	Pakaian	Perempuan	10 tahun
4	Informan D	Sayur-sayuran	Perempuan	20 tahun
5	Informan E	Sepatu atau sandal dan tas	Perempuan	20 tahun
6	Informan F	Getuk	Perempuan	15 tahun
7	Informan G	Buah-buahan	Perempuan	14 tahun
8	Informan H	Mie ayam	Laki-laki	12 tahun
9	Informan I	Jasa reparasi jam	Laki-laki	8 tahun
10	Informan J	Sembako	Perempuan	10 tahun

E. Permasalahan Pasar Tradisional Ngaliyan

Permasalahan yang dihadapkan pada pasar tradisional Ngaliyan antara lain sebagai berikut:

1. Permasalahan sosial ekonomi pasar tradisional Ngaliyan mencakup:
 - a. Persaingan yang ketat dengan pusat perbelanjaan modern
Pasar tradisional Ngaliyan mengalami persaingan ketat dengan sejumlah pusat perbelanjaan modern yang semakin menjamur seiring dengan pertumbuhan kecamatan Ngaliyan. Di wilayah Ngaliyan dan sekitarnya, setidaknya telah berdiri sejumlah pusat perbelanjaan modern seperti Indomaret, alfamart, ruko dan swalayan disekitar. Keberadaan pusat perbelanjaan modern ini cenderung

- menyebabkan menurunnya omset penjualan pedagang pasar tradisional Ngaliyan.
- b. Pergeseran pola hidup masyarakat ke-arah selera dan tuntutan yang lebih modern yang umumnya disediakan oleh pusat perbelanjaan modern.
 - c. Tuntutan konsumen terhadap kebutuhan keamanan dan ketertiban.
 - d. Pemahaman masyarakat ,konsumen, pada pedagang pasar terhadap tata tertib pasar dan aturan-aturan lainnya (parkir, sampah, wilayah belanja dan dagang) relatif masih rendah.
 - e. Hubungan yang kurang harmonis antara pengelola pasar dengan pedagang akibat intervensi pihak-pihak lain.
2. Permasalahan Kondisi Sarana dan Prasarana Pasar Tradisional Ngaliyan
- a. Drainase dalam pasar sebagian rusak dan sebagian pasar belum terpasang drainase sehingga pada waktu hujan banjir.
 - b. Jalan lorong DT 64 m2 berlantai tanah sehingga becek.
 - c. Talang 54 m bocor.
 - d. lampu penerangan rusak.
 - e. 12 Kios relokasi belum terpasang MCB sehingga pemakaian listrik tidak terkontrol.

F. Perilaku Pedagang Pasar Tradisional Ngaliyan

Perilaku pedagang merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan sebuah perdagangan. Dalam

penelitian ini penulis mengambil 10 informan dari pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang. Berikut ini adalah penjelasan tentang perilaku pedagang:

1. Prinsip Tauhid (*Unity*)

Pada konsep ini seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak Allah SWT. Namun, di lain pihak konsep ini juga sangat memperhatikan eksistensi manusia sebagai makhluk hidup dan bersama-sama dengan manusia lain menjadi satu kesatuan yang diikat dengan ketaatan kepada satu yaitu Allah SWT.³

Wujud dari ketaatan kepada Allah SWT yang dilakukan oleh pedagang dari 10 informan yang meliputi pedagang perabotan rumah tangga, ayam potong, pakaian, sayur-sayuran, sepatu atau sandal tas, getuk, buah-buahan, mie ayam, jasa reparasi jam dan pedagang sembako yaitu dengan melaksanakan shalat tepat waktu dan mengeluarkan uang untuk bersedekah kepada orang peminta-minta. Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh salah satu informan B pedagang ayam potong bentuk ketaatan kepada Allah SWT dengan melaksanakan shalat tepat waktu dan bersedekah. Beliau meyakini dengan mengeluarkan uang untuk bersedekah maka rizki yang beliau dapat akan bertambah.

³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 132-133

Akan tetapi masih banyak pedagang dari 10 informan yang lalai dalam menjalankan shalat tepat waktu. Seperti yang dilakukan oleh informan C pedagang pakaian yang lebih mementingkan melayani pembeli ketika mendengar suara adzan tetapi setelah melayani segera menjalankan shalat. Hal ini juga di katakan oleh informan G pedagang buah-buahan “ saya lebih mementingkan melayani pembeli baru menjalankan shalat. Jadi saya mendapat keduanya yaitu keuntungan dunia dan keuntungan akhirat”. Menurut peneliti perilaku yang ditunjukkan informan G kurang tepat, seharusnya informan G lebih dahulu menjalankan shalat dibandingkan melayani pembeli. Perilaku yang dilakukan oleh kedua informan tersebut terbilang lalai dalam menjalankan shalat walaupun kedua informan tetap melaksanakan shalat.

2. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*)

Sikap atau perilaku keseimbangan atau keadilan telah dilakukan oleh 10 informan, perilaku adil yang diwujudkan pedagang dengan adil dalam takaran atau timbangan. Dalam menimbang atau menakar harus berlandasan dengan kejujuran. Namun takaran atau ukuran setiap informan berbeda. Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh informan I jasa reparasi jam ukurannya dengan kerumitan serta kerusakan barang yang diperbaiki. Selain itu, informan F pedagang getuk dan informan H pedagang mie ayam, mereka

mengartikan keadilan dengan mendahulukan pembeli yang datang terlebih dahulu.

Perilaku keseimbangan juga dilakukan oleh para pedagang berupa tidak menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan kepada calon pembeli atau pembeli. Sepuluh informan memberitahu tentang spesifikasi dari barang yang akan dijual kepada pembeli agar pembeli tidak merasa kecewa dengan pilihan barang yang dibeli.

3. Prinsip Kehendak Bebas (*ikhtiar/ free will*)

Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan 10 informan dengan memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya serta tidak memberikan harga dibawah harga standar untuk menarik pembeli. Sebagaimana yang dilakukan oleh informan B pedagang ayam potong, beliau memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya dan dalam menetapkan harga sesuai dengan harga di pasaran. Seperti yang dikatakan beliau “jika teman saya menjual ayam Rp. 30.000/Kg, maka saya akan mengikuti harga tersebut”. Beliau percaya bahwa rejeki yang akan mereka dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT tanpa harus merugikan pedagang lain. Untuk informan D pedagang sayuran, beliau pernah menjual harga lebih rendah karena waktu sudah sore dan barang dagangannya cepat busuk. Maka beliau menawarkan harga yang lebih rendah, agar cepat habis.

Selain contoh diatas, prinsip kehendak bebas diartikan sebagai tidak memaksa pembeli. Sepuluh dari informan pedagang memberi kebebasan kepada pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera dan memberikan informasi yang cukup mengenai harga dan kondisi barang. Seperti yang dilakukan oleh informan J pedagang sembako, beliau memberikan informasi tentang harga beras yang dijual dan memberi tahu kualitas beras. Beliau memberikan hak kepada pembeli dan menghormati setiap keputusan pembeli, jika pembeli tidak mau membeli padahal beliau sudah mempromosikannya.

4. Prinsip pertanggungjawaban (*responsibility*)

Prinsip pertanggungjawaban yang dilakukan oleh 10 informan adalah dalam hal pemenuhan janji dengan pembeli. Dalam hal pemenuhan janji para informan memastikan kepada pembeli jumlah barang yang dipesan dan waktu perjanjian. Sebagaimana yang dikatakan informan H pedagang mie ayam “ketika ada pesanan saya berusaha untuk memenuhi sesuai kesepakatan dan saya tidak mengurangi bumbu.”

Dalam pemenuhan dari 10 informan ada yang tidak menepati janji. Adapun ketidaktepatan janji yang dilakukan oleh informan I jasa reparasi jam berupa ketidaktepatan waktu yang dijanjikan kepada konsumen karena stok barang dagangannya abis. Selain itu, bentuk perilaku tanggungjawab

juga diwujudkan dengan tanggungjawab atas kualitas barang yang dijual. Seperti yang dikatakan oleh informan A pedagang perabotan rumah tangga” jika ada barang dagangan saya, yang di beli oleh pembeli ada cacat, maka saya akan menggantikan keesokan harinya dengan yang baru.”

5. Prinsip Ihsan

Prinsip ihsan dilaksanakan dengan kemurahan hati yaitu dengan memberikan tenggang waktu pembayaran jika pembeli belum dapat membayar kekurangan. Sebagaimana yang dilakukan informan J pedagang sembako, beliau memberi tangguhan waktu apabila pembeli tidak dapat membayar secara tunai. Beliau percaya kepada pembeli bahwa pembeli akan membayarnya. Tetapi beliau dalam memberikan tangguhan memilih orang yang beliau percaya dan melihat karakter pembeli seperti pembeli yang sudah menjadi langganan beliau.

Prinsip ihsan dilaksanakan dengan motif pelayanan yang diaplikasikan dalam bentuk memberikan bonus kepada pembeli. Seperti yang dilakukan informan G pedagang buah, beliau memberikan bonus tambahan barang ketika pembeli membeli barang yang beliau jual dengan jumlah banyak. Motif beliau memberikan bonus hanya untuk sebagai ungkapan terima kasih dan semata-mata untuk memberi manfaat. Lain hal yang dilakukan informan B pedagang ayam potong, beliau memberikan diskon harga ketika pembeli

membeli dalam jumlah banyak. Motif beliau juga sama dengan informan G pedagang buah, beliau memberikan bonus cuma-cuma sebagai ungkapan terima kasih kepada pembeli karena telah membeli dengan jumlah yang banyak.

Sikap kebajikan dalam bisnis dapat diartikan dan ditunjukkan para pedagang dengan sikap keramahan kepada calon pembeli. Dalam melayani pembeli pedagang dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik demi mewujudkan kepuasan terhadap pembeli. Bentuk pelayanan yang baik dengan bersikap ramah kepada calon pembeli. Dengan bersikap ramah, calon pembeli tak segan-segan untuk sekedar mampir bahkan akan membeli barang dagangan yang ditawarkan oleh pedagang. Akan tetapi, sikap yang ditunjukkan para pedagang berbeda-beda ketika melayani pembeli yang suka marah atau membanding-bandingkan harga.

Sebagaimana yang dilakukan oleh informan C pedagang pakaian. Beliau bertempat tinggal di Klampisan RT/RW.03.02 Ngaliyan Semarang. Beliau mulai berdagang di pasar tradisional Ngaliyan semenjak tahun 2005 hingga sekarang. Dengan minimnya pengetahuan tentang manajemen, beliau terus merintis usahanya itu. Beliau mempunyai harapan usaha yang dijalani bisa berkembang dan bisa membuka toko pakaian lagi. Pada saat menawarkan atau melayani pembeli beliau berusaha bersikap ramah dan

menyapa pembeli yang sedang berjalan. Hubungan baik dijalin dengan pembeli dengan menggunakan bahasa sopan, hal ini dilakukan untuk menarik perhatian calon pembeli. Dalam menghadapi pembeli yang pemarah atau yang suka membandingkan harga beliau bersikap tidak sabar dan menyuruh pembeli untuk membeli ditempat lain.

BAB IV
ANALISIS PERILAKU PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL
NGALIYAN SEMARANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM

A. Analisis Pemahaman Pedagang Mengenai Etika Bisnis Islam

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para pedagang di pasar Ngaliyan Semarang. Peneliti dapat hasil dari jawaban sepuluh informan yang berkaitan dengan pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam. Berdasarkan hasil penelitian yang berkenaan tentang pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam yang meliputi pedagang perabotan rumah tangga, ayam potong, pakaian, sayur-sayuran, sepatu atau sandal dan tas, getuk, buah, mie ayam, jasa reparasi jam dan pedagang sembako mengatakan bahwa mereka tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, para pedagang menjalankan usaha dagang atau jual beli menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam. Aturan agama Islam dalam kegiatan bisnis dipaparkan pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang ada, yaitu: kesatuan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebijakan(ihsan). Etika bisnis Islam mengatur aktifitas ekonomi terutama dalam dunia perdagangan dengan nilai-nilai agama dan mengajarkan pelaku bisnis atau pedagang untuk menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan *syari'ah*.

Para pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang dalam menjalankan aktivitas bisnis telah memahami barang-barang yang dilarang oleh agama Islam untuk diperjualbelikan. Barang-barang diperjualbelikan seperti bahan makanan tidak mengandung unsur haram. Seperti yang dilakukan pedagang mie ayam, bahwa beliau tidak mencampurkan bahan makanan dengan minyak babi.

Dalam menjalankan aktivitas usaha dagang yang dilakukan para pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang semata-mata untuk mencari berkah dari Allah SWT. Sepuluh informan meyakini segala aktivitas transaksi yang dilakukannya di amati oleh Allah SWT. Dengan begitu mereka selalu berhati-hati menjaga perilaku dalam menjalankan perdagangan. Bentuk ketakwaan dalam menjalankan usahanya selalu menyertakan niat ibadah, dan sebelum berangkat berdagang selalu membaca basmalah terlebih dahulu dan berniat berdagang untuk menafkahi keluarganya supaya menjadikan keberkahan tersendiri dalam menjalankan usaha dan keberkahan dalam keluarganya.¹ Bisnis yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan keluarga adalah hal yang dianjurkan oleh agama Islam. Bekerja dengan tujuan mendapatkan kebahagiaan duniawi dan juga diniati untuk bekerja sebagai ibadah demi mendapatkan kebahagiaan ukhrawi. Karena kebahagiaan ukhrawi lebih kekal

¹ Wawancara dengan Informan F Pedagang Getuk, Pada Tanggal 15 Oktober 2015.

dari pada kebahagiaan duniawi.

Sebagaimana yang telah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan perniagaannya, dalam hal ini beliau memiliki keistimewaan, beliau menjalankan usahanya tersebut semata-mata demi mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari, bukan untuk menjadi seorang jutawan. Hal ini dikarenakan beliau tidak pernah memperlihatkan kecintaan yang sangat besar terhadap harta kekayaan. Karena saat itu berdagang (berbisnis) merupakan satu-satunya pekerjaan yang mulia yang tersedia baginya pada saat itu. Pada prinsipnya keuntungan besar bukan merupakan satu wujud keberhasilan seorang pebisnis dalam usahanya tersebut, namun keberhasilan yang sesungguhnya terletak pada rasa menerima apa yang telah diberikan oleh Allah SWT kepada seseorang sebagai bekal hidup di dunia, namun tetap tak melupakan mencari bekal hidup untuk akhiratnya.²

Agama dan praktek ekonomi tidak dapat dipisahkan satu sama yang lain, karena saling berhubungan dan membentuk dasar yang kuat dan kokoh dalam menjalankan usaha atau kegiatan ekonomi khususnya di pasar tradisional Ngaliyan Semarang. Agama Islam mengajarkan kita untuk bersikap sopan santun dan ramah tamah kepada sesama. Apalagi sebagai seorang pedagang dalam melayani kepada calon pembeli harus bersikap ramah karena dengan begitu calon pembeli akan merasa

² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 162.

senang karena dengan begitu calon pembeli akan merasa senang dan tidak malas untuk mampir sekedar melihat-lihat barang yang tersedia. Dengan sikap tersebut menunjukkan suatu kepuasan sendiri dalam menjalankan usahanya, hal tersebut harus wajib diberikan kepada pembeli, karena pembeli tersebut merupakan anugerah dan karunia yang diberikan oleh Allah SWT. Akan tetapi, masih ada pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang yang tidak bersikap ramah kepada calon pembeli atau pembeli.

Pemahaman para pedagang yang meliputi sepuluh informan mengenai kejujuran dalam menjalankan usaha harus ada, karena kejujuran merupakan kunci mencapai derajat yang lebih tinggi baik secara materi maupun di sisi Allah SWT. Bukan hanya itu saja kejujuran merupakan tonggak utama untuk menjalankan sebuah usaha supaya para konsumen tetap terus terjaga untuk bisa kembali lagi kepada pedagang tersebut, dan meningkatkan pembelian dari sebelumnya. Seperti yang diungkapkan oleh informan C seorang pedagang pakaian berkata “menurut saya arti kejujuran sangat penting karena kejujuran akan membawa rizki. Kalau kita jujur membuat calon pembeli percaya sehingga pembeli akan datang dan tetap setia pada kita.”

Seperti halnya yang dilakukan informan B pedagang daging ayam potong memiliki pandangan bahwa ketika terjadi transaksi harus bersikap terbuka, informan B mengatakan bahwa

memberitahukan harga standar dari barang yang dibeli pada saat tawar menawar antara calon pembeli, sehingga dari sini akan terjadi transaksi yang saling ridho dan diyakini akan membawa barokah serta manfaat untuk kedua belah pihak. Bagi informan B dengan bersikap jujur sangat yakin memperoleh pendapatan yang halal dan baik, dengan pendapatan tersebut untuk mencukupi kebutuhan keluarga.

Sifat jujur tersebut dapat menumbuhkan kasih sayang terhadap sesama manusia, sebagaimana orang tersebut mencintai dirinya sendiri, hal ini sesuai dengan yang diajarkan Rasulullah SAW tentang kesempurnaan seorang muslim, sifat jujur dalam mengelola usaha dapat mengarah pada kejujuran pada kehidupan sehari-hari, terutama dalam melakukan transaksi jual beli dan berinteraksi antar sesama manusia.³

Selanjutnya mengenai pemahaman tentang keadilan yang dilakukan oleh para pedagang ditunjukkan dengan memberikan pelayanan. Seperti yang dilakukan oleh informan F pedagang getuk, beliau mendahulukan pembeli yang datang terlebih dahulu atau sesuai dengan antrian. Bentuk keadilan yang dilakukan oleh pedagang lain berupa membedakan harga yang kualitasnya tinggi dengan kualitas barang yang rendah. Dengan sikap secara adil kepada pembeli akan merasakan kepuasannya karena tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya, semuanya harus

³ Agam Santa, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Studi Kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Pagi Kaliwungu Kendal), Skripsi IAIN Walisongo Semarang, h. 80.

merasakan keadilan.

Mengenai sikap tanggung jawab, para pedagang bertanggungjawab atas perjanjian yang telah mereka sepakati dengan pembeli, misalnya ketika pembeli memesan barang dagangan para pedagang memenuhi pesanan tersebut. Menurut informan G pedagang buah berkata” sebuah pesanan adalah sebuah amanah atau tanggung jawab, saya harus memenuhinya dan tidak mengecewakan pembeli”. Namun, masih ada pedagang yang tidak bisa menepati janji dengan alasan bahwa stok barang tersebut sudah habis. Selain itu, para pedagang bertanggung jawab atas kualitas barang yang dijual. Para pedagang siap mengganti barang dagangannya yang telah dibeli pembeli ketika ada yang cacat atau rusak. Sikap tanggung jawab harus tertanam pada diri seorang pedagang muslim dalam menjalankan segala aktivitasnya sehari-hari, agar memberikan manfaat diantaranya para pembeli yang akan datang kembali saat membutuhkan, baik menjual atau membeli barang yang baru.

Dalam menghadapi persaingan bisnis, para pedagang memberi kebebasan pedagang lain untuk membuka dagangan di dekatnya. Bahkan para pedagang di pasar tradisional menganggap pedagang lain sebagai teman, tak jarang mereka sering bertanya dalam menentukan harga barang yang mereka jual. Menurut semua informan meyakini bahwa rejeki yang akan mereka dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT dan tidak akan pernah tertukar tanpa harus merugikan pedagang lain.

Perilaku pedagang muslim ditunjukkan dengan bermurah hati kepada pembeli. Sikap murah hati ditunjukkan dengan memberikan tenggang waktu pembayaran jika pembeli belum dapat membayar kekurangannya atau memberikan kelebihan berupa barang kepada pembeli. Dari perilaku tersebut hanya dua informan yang memberi waktu tenggang dengan catatan bahwa pembeli sudah menjadi pelanggan tetap. Dengan diberikan pertolongan dalam bentuk penangguhan pembayaran diharapkan pembeli juga memberikan kemudahan bagi penjual. Alasan delapan informan tersebut tidak memberi informasi karena masih ada pembeli yang ingkar dengan janjinya untuk membayar hutang sesuai dengan kesepakatan. Pengalaman tersebut membuat mereka memilih untuk tidak memberikan hutang kepada pembeli.

Melihat kondisi tersebut, gambaran tentang pemahaman pedagang mengenai etika bisnis Islam di Pasar tradisional Ngaliyan Semarang dapat disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam.

B. Analisis Perilaku Pedagang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para pedagang di Pasar tradisional Ngaliyan Semarang, tentang perilaku pedagang dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang

Perilaku Pedagang Pasar tradisional Ngaliyan Semarang					
Nama Pedagang	Tauhid	Keseimbangan	Kehendak Bebas	Tanggung Jawab	Kebajikan (Ihsan)
Informan A	Melalui shalat wajib	Tidak menyembunyikan cacat dan adil dalam timbangan	Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain	Menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang dagangan	Tidak memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap pelanggan
Informan B	Tidak melalui shalat wajib	Tidak menyembunyikan cacat dan adil dalam timbangan	Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain	Menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang dagangan	Tidak memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap pelanggan
Informan C	Melalui shalat wajib	Tidak menyembunyikan cacat dan adil dalam timbangan	Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang	Menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang dagangan	Tidak memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap pelanggan

Perilaku Pedagang Pasar tradisional Ngaliyan Semarang					
Nama Pedagang	Tauhid	Keseimbangan	Kehendak Bebas	Tanggung Jawab	Kebajikan (Ihsan)
			jauh lebih murah dari pedagang lain		
Informan D	Melalui shalat wajib	Tidak menyembunyikan cacat dan tidak mengurangi timbangan	Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain	Menepati janji dan tanggungjawab atas kualitas barang dagangan	Tidak memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap pelanggan
Informan E	Melalui shalat wajib	Tidak menyembunyikan cacat dan tidak mengurangi timbangan	Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain	Menepati janji dan tanggungjawab atas kualitas barang dagangan	Tidak memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan tidak ramah terhadap pelanggan
Informan F	Melalui shalat wajib	Tidak menyembunyikan cacat dan tidak mencamp	Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang	Menepati janji dan tanggungjawab atas kualitas barang dagangan	Tidak memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap

Perilaku Pedagang Pasar tradisional Ngaliyan Semarang

Nama Pedagang	Tauhid	Keseimbangan	Kehendak Bebas	Tanggung Jawab	Kebajikan (Ihsan)
		ur/mengoplos barang	dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain		pelanggan
Informan G	Melakukan shalat wajib	Tidak menyembunyikan cacat dan tidak mengurangi timbangan	Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain	Menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang dagangan	Memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap
Informan H	Melakukan shalat wajib	Tidak menyembunyikan cacat dan tidak mengurangi timbangan	Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain	Menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas barang dagangan	Tidak memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan tidak ramah terhadap pelanggan
Informan I	Melakukan shalat wajib	Tidak menyembunyikan cacat dan	Tidak memaksa pembeli dan tidak	Tidak menepati janji dan bertanggung jawab atas kualitas	Tidak memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang

Perilaku Pedagang Pasar tradisional Ngaliyan Semarang					
Nama Pedagang	Tauhid	Keseimbangan	Kehendak Bebas	Tanggung Jawab	Kebajikan (Ihsan)
		tidak mengurangi timbangan	menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain	barang dagangan	dan ramah terhadap pelanggan
Informan J	Melakukan shalat wajib	Tidak menyembunyikan cacat dan tidak mengurangi timbangan	Tidak memaksa pembeli dan tidak menjual barang dengan harga yang jauh lebih murah dari pedagang lain	Menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang dagangan	Memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap

Berdasarkan tabel diatas berikut adalah analisis mengenai perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang dalam perspektif Etika Bisnis Islam:

1. Prinsip tauhid (ketauhidan/*unity*)

Konsep tauhid dapat diartikan sebagai dimensi yang bersifat vertikal sekaligus horizontal. Karena dari kedua dimensi tersebut akan lahir satu bentuk hubungan yang sinergis antara Tuhan dan hambanya, sekaligus hamba dengan hamba yang lain. Prinsip tauhid juga dapat diartikan sebagai

seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak-Nya. Bentuk penyerahan diri yang dilakukan oleh pedagang bermacam-macam berupa menjalankan shalat tepat waktu, berdo'a dan bersedekah.

Prinsip tauhid yang ditunjukkan oleh informan F pedagang getuk berupa beliau dalam menjalankan usahanya selalu menyertakan niat ibadah, dan sebelum berangkat berdagang selalu membaca basmalah terlebih dahulu dan berniat berdagang untuk menafkahi keluarganya supaya menjadikan keberkahan tersendiri dalam menjalankan usaha dan keberkahan dalam keluarganya.⁴

Selain itu perilaku ketakwaan yang ditunjukkan dengan menjalankan shalat tepat waktu. Dari sepuluh informan yang melakukan shalat tepat waktu hanya satu informan. Informan itu adalah pedagang daging ayam potong B, beliau berusaha meninggalkan barang dagangannya ketika mendengar suara adzan yang berkumandang. Menurut beliau setelah melaksanakan kewajiban kita kepada Allah SWT hati merasa tenang dan tidak ada beban sama sekali.⁵

Sementara sembilan responden para pedagang lebih mementingkan menyelesaikan transaksi jual beli ketimbang

⁴ Wawancara dengan informan F Pedagang Getuk, pada tanggal 15 Oktober 2015

⁵ Wawancara dengan Informan B pedagang Ayam, pada Tanggal 15 Oktober 2015

menjalankan shalat. Akan tetapi ketika mereka telah menyelesaikan transaksi jual beli baru melaksanakan shalat. Tindakan seperti itu yang dilakukan oleh para pedagang, menurut peneliti lalai dalam melaksanakan shalat tepat waktu. Seharusnya yang dilakukan adalah bersegera menunaikan kewajiban sholat karena keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Seperti firman Allah SWT dalam surat An- Nur: 37 sebagai berikut:⁶

رَجَالٌ لَا تُلْهِيمُهُمْ تِجَارَةً وَلَا بَيْعًا عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ
الزَّكَاةِ تَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَاللَّابِئْسُ بُرْءَانٌ

Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang. (QS an-Nur: 37)

Sebagai seorang pedagang muslim sekali-kali tidak boleh menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka harus menghentikan aktivitas bisnisnya, begitu pula dengan kewajiban-kewajiban yang lain. Sekali-kali seorang pedagang muslim hendaknya tidak melalaikan kewajiban agamanya dengan alasan kesibukan perdagangan.

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Diponegoro, h.283.

Pedagang yang mengindahkan norma-norma Al-Qur'an tidak akan melalaikan tugasnya kepada Allah lantaran mengurus dan melakukan aktifitas perdagangan. Selain itu, pedagang yang berbekal kecerdasan spiritual perilaku pedagang tidak akan menyimpang dari aturan agama Islam dalam praktek bisnis seperti menjual barang haram dan penimbunan barang tertentu dengan maksud untuk mendapatkan untung yang banyak. Para pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang telah memahami kategori barang yang haram diperdagangkan dalam Islam.

Para pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang bekerja sangat giat, mereka memulai aktifitas berdagangnya sejak pagi hingga siang bahkan sampai sore. Mereka berharap dengan bekerja dapat mencukupi kebutuhan keluarga. Selain itu disamping untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, mereka tidak lupa untuk berbagi kepada sesama, dengan menyisihkan pendapatannya memberikan sedekah kepada peminta-minta. Para pedagang percaya dengan mengeluarkan sebagian rizki yang mereka dapatkan Allah SWT akan mengganti dengan kemuliaan di dunia maupun akhirat. Membantu sesama menjadi keinginan mereka untuk melihat orang lain menjadi lebih baik. Perilaku tersebut menunjukkan bahwa para pedagang tidak hanya mementingkan diri sendiri tetapi juga mementingkan lingkungan sekitar.

Motivasi nabi Muhammad SAW dalam menjalankan usaha semata-mata demi mencukupi kebutuhan sehari-hari, bukan untuk menjadi jutawan. Beliau tidak pernah memperlihatkan kecintaan yang sangat besar terhadap harta kekayaan. Hal itu membuktikan bahwa beliau mencukupi kebutuhan duniawi secukupnya saja, dan tidak pernah melupakan akan pentingnya mempersiapkan bekal untuk hidup di akhirat kelak.⁷

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang sudah sesuai dengan prinsip tauhid. Akan tetapi dalam pelaksana shalat tepat waktu masih ada yang lalai, seharusnya para pedagang bersegera menunaikan kewajiban sholat karena keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Seperti yang dilakukan orang-orang di masa Rasulullah begitu cinta kepada perdagangan yang cenderung melebihi kecintaan kepada Allah dan rasulnya sehingga mereka tega meninggalkan Rasulullah yang sedang berkhotbah karena menyambut kafilah pedagang yang baru datang.⁸

2. Prinsip Keseimbangan (keadilan/*Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan

⁷ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h.162

⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, h. 96

karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip perilaku adil sangat menentukan perilaku kebijakan seseorang. Dalam dunia bisnis prinsip keadilan harus diwujudkan dalam bentuk penyajian produk-produk yang bermutu dan berkualitas, selain itu ukuran, kuantitas, serta takaran atau timbangan harus benar-benar sesuai dengan prinsip kebenaran.⁹

Prinsip keseimbangan (keadilan) yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar tradisional Ngaliyan Semarang berupa para pedagang dengan memberitahu tentang spesifikasi dari barang yang akan dijual kepada pembeli. Sepuluh dari informan tidak menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan kepada calon pembeli atau pembeli. Sebagai tambahan mereka memberikan saran kepada pembeli agar para pembeli mengetahui kondisi barang yang akan dibeli, agar mengetahui alasan menawarkan harga yang berbeda, juga agar pembeli tidak bingung untuk memilih barang yang diinginkan. Seperti yang dilakukan informan C pedagang pakaian, “saya memberitahu kelebihan dan kelemahan atas barang yang dijual, karena dengan saya menjelaskan tentang barang yang saya tawarkan pembeli tidak akan kesulitan dalam menawar barang tersebut”.¹⁰

Sebuah informasi merupakan hal yang sangat pokok yang

⁹ Arifin....., h.138

¹⁰ Wawancara dengan responden C pedagang pakainan, pada tanggal 15 Oktober 2015

dibutuhkan oleh setiap pembeli karena dengan kelengkapan suatu informasi sangat menentukan bagi pembeli untuk menentukan pilihannya. Sebagai seorang pedagang terutama pedagang muslim tidak boleh mengada-gada informasi tentang barang yang dijual agar para pembeli tidak merasa kecewa terhadap barang yang dibelinya.

Sedangkan informan B pedagang daging ayam potong dan informan J pedagang sembako bentuk keadilan ditunjukkan dengan adil dalam menakar atau menimbang, misalnya ketika mereka menakar atau menimbang barang yang dijual tidak melakukan pengurangan atau penambahan. Informan B dan informan J berusaha bersikap adil terhadap takaran atau timbangan. Mereka mengetahui dengan mengurangi timbangan atau takaran termasuk perbuatan yang dilarang karena berbuat seperti itu merugikan orang lain. Sementara perilaku adil yang diwujudkan informan I jasa reparasi jam dengan ukuran disesuaikan kerumitan kerusakan barang yang diperbaiki.

Selain itu, bentuk keadilan lain oleh informan F, pedagang getuk dan informan H pedagang mie ayam, mereka mengartikan keadilan dengan mendahulukan pelanggan yang membeli barang dagangan. Hal itu menurut peneliti termasuk kategori adil karena pengertian adil adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya.

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Sebagaimana Allah SWT berfirman:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كَلَّمْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ
وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

“dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.(QS.Al Isra’:35)¹¹

Menurut peneliti perilaku para pedagang sudah sesuai dengan prinsip keseimbangan atau keadilan dalam menjalankan transaksi jual beli. Prinsip keseimbangan atau keadilan yang dilakukan oleh para pedagang sepatutnya harus dijalankan agar hak-hak seorang pembeli akan terpenuhi.

3. Prinsip Kehendak Bebas (ikhtiar/*free will*)

Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat sendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan dimuka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas

¹¹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Diponegoro, 2005, h. 198.

hanyalah milik Allah SWT semata.¹²

Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan sepuluh informan dengan memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya serta tidak memberikan harga dibawah harga standar untuk menarik pembeli. Sebagaimana yang dilakukan oleh informan B pedagang daging ayam potong, beliau memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya dan dalam menetapkan harga sesuai dengan harga di pasaran. Seperti yang dikatakan beliau “jika teman saya menjual ayam Rp. 30.000/Kg, maka saya akan mengikuti harga tersebut”. Beliau percaya bahwa rejeki yang akan mereka dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT tanpa harus merugikan pedagang lain. Untuk informan D pedagang sayuran, beliau pernah menjual harga lebih rendah karena waktu sudah sore dan barang dagangannya cepat busuk. Maka beliau menawarkan harga yang lebih rendah, agar cepat habis.

Selain contoh perilaku diatas sepuluh dari informan pedagang mengartikan tidak memaksa pembeli. Para pedagang memberi kebebasan kepada pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera dan mendapat kualitas barang sesuai dengan harga yang ditetapkan dan disepakati. Seperti contoh yang dilakukan oleh informan G pedagang buah, beliau memberikan kebebasan kepada pembeli dalam menawar barang yang telah dipilihnya,

¹² *Ibid*,141

namun hal tersebut harus didasari tanggung jawab antara kedua belah pihak, agar tidak terjadi ketimpangan dalam bertransaksi dan kedua belah pihak sama-sama rela.¹³ Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT QS. An-Nisa': 84 sebagai berikut:¹⁴

فَقَاتِلْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ لَا تُكَلَّفُ إِلَّا نَفْسَكَ وَحَرِّضِ الْمُؤْمِنِينَ
عَسَى اللَّهُ أَنْ يَكُفَّ بَأْسَ الَّذِينَ كَفَرُوا وَاللَّهُ أَشَدُّ بَأْسًا وَأَشَدُّ

تَنْكِيلًا

Maka berperanglah kamu pada jalan Allah, tidaklah kamu dibebani melainkan dengan kewajiban kamu sendiri. Kobarkanlah semangat Para mukmin (untuk berperang). Mudah-mudahan Allah menolak serangan orang-orang yang kafir itu. Allah Amat besar kekuatan dan Amat keras siksaan(Nya).

Perilaku memaksa pembeli sangat dilarang, hal tersebut dijelaskan dalam UU N0.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada Pasal 15, menyatakan bahwa “pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang dilarang melakukan pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.”

¹³ Wawancara dengan informan G Pedagang Buah, Pada Tanggal 15 Oktober 2015.

¹⁴ Departemen Agama RI, Al Qur'an dan terjemahnya, Bandung: CV. Diponegoro, 2005, h.72.

Perlu disadari oleh setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia di bimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasari pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya. Oleh karena itu ” kebebasan memilih” dalam hal apa pun, termasuk dalam bisnis.¹⁵

4. Prinsip Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Manusia diciptakan di dunia mempunyai satu peran untuk mengelola kehidupannya sebaik mungkin. Dan semua aspek kehidupannya bukan suatu aspek kehidupannya bukan suatu yang terbebas dari sebuah tanggungjawab. Rasa tanggung jawab itu tentunya bukan sekedar omongan belaka, melainkan harus benar-benar diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari melalui perbuatan. 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

¹⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, h.16.

sebagainya.¹⁶

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku Prinsip pertanggungjawaban yang dilakukan menepati janji dengan pembeli maupun mitra usaha. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan.¹⁷

Dari data yang diperoleh peneliti para pedagang sebagian masih belum bisa menepati janji karena beliau takut tidak bisa menepati janji.¹⁸ Adapun ketidaktepatan janji yang dilakukan oleh informan I jasa reparasi jam berupa ketidaktepatan waktu yang dijanjikan kepada konsumen karena stok barang dagangannya abis. Berbeda dengan sembilan informan, mereka berusaha untuk memenuhi janji sesuai kesepakatan dengan pembeli. Sebelum para pedagang menyepakati perjanjian selalu memastikan kepada pembeli mengenai ketepatan waktu penyerahan barang dan ketepatan waktu pembayaran. Sebagaimana yang dikatakan informan H pedagang mie ayam “ketika ada pesanan saya berusaha untuk memenuhi sesuai kesepakatan dan saya tidak mengurangi bumbu.”

¹⁶ Veithzal Rivai....h. 278.

¹⁷ Agam, h. 89

¹⁸ Wawancara dengan Semua Informan Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang, Pada Tanggal 15 Oktober 2015.

Menepati janji sebagai sebuah tanggungjawab yang harus dipenuhi sebagaimana yang disampaikan oleh responden F pedagang getuk. Janji ibarat sebuah hutang yang harus dibayar, bila janji tidak dilaksanakan sama halnya seperti ciri -ciri orang munafik yakni ketika berjanji berdusta, ketika berbicara berbohong dan ketika diberi amanah khianat. Seorang pebisnis harus senantiasa menjaga amanah yang dipercaya kepadanya.

Sikap pertanggungjawaban diartikan juga oleh para pedagang sebagai pertanggungjawaban kepada produk yang dijual. Menjadi seorang wirausaha muslim juga memiliki tanggungjawab kepada orang lain. Tanggungjawab dalam hal bisnis dapat dilihat ketika seorang penjual memberikan barang pengganti ketika barang dagangannya ada yang rusak atau kurang baik. Mereka akan dengan senang hati mengganti barang tersebut dengan barang yang lebih baik atau menukarnya dengan uang sejumlah barang yang rusak jika tidak ada barang yang sama yang dipilih pembeli.

Sebagaimana yang dilakukan oleh informan C pedagang pakaian siap mengganti pakaian atau barang yang dijual dengan pakaian atau barang dagangan dengan yang baru karena barang tersebut memang rusak sejak awal bukan karena kesalahan pembeli. Sedangkan untuk pedagang sepatu atau sandal dan pedagang perabotan rumah tangga, bentuk tanggungjawabnya berupa kelayakan pakai kepada konsumen

yang membeli barang tersebut, jika ada yang rusak atau cacat pada barang dagangan. Barang yang rusak tersebut akan dikembalikan kepada produsen dan ditukar kembali dengan barang yang baru. Akan tetapi jika tak ada pilihan yang lain pedagang mengganti atau mengembalikan uang tersebut. Dari wawancara dengan sepuluh informan mengatakan bahwa mereka akan mengganti barang yang dijualnya jika barang tersebut memang cacat dari awal melakukan transaksi jual beli atau menukarnya dengan uang sejumlah barang yang rusak.¹⁹

Bentuk tanggungjawab yang dilakukan oleh pedagang makanan berupa mengenai makanan yang halal dikonsumsi terutama masyarakat muslim, kualitas makanan layak untuk dikonsumsi dan mengenai tanggal batas. Seperti yang dilakukan oleh informan B pedagang daging ayam potong, beliau selalu menjaga kualitas dagangannya yang berasal dari ayam segar dan sebelum daging ayam potong dipasarkan beliau menyortir terlebih dahulu. Akan tetapi informan J pedagang Sembako tidak terlalu memperhatikan kelayakan barang yang dijual karena beliau tidak menyortir barang dagangan dari *supplier*.

Perlakuan-perlakuan yang ditujukan kepada para konsumen dan pelaku usaha telah diatur dalam UU No. 8

¹⁹ Wawancara dengan Semua Informan Pedagang di Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang, Pada Tanggal 15 Oktober 2015.

Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dalam :²⁰

- 1) Pasal 4, menyatakan bahwa hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan .
 - 2) Pasal 7, menyatakan bahwa bagi pelaku usaha memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.
 - 3) Pasal 19, yang menyatakan bahwa Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.²¹
5. Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa harus aturan yang mewajibkan atau memerintahkannya 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.

²⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Tentang Perlindungan Konsumen.

²¹ *Ibid*,

Dari data yang diperoleh peneliti bentuk prinsip kebajikan (*ihsan*) dilaksanakan dengan kemurahan hati yaitu dengan memberikan tenggang waktu pembayaran jika pembeli belum dapat membayar kekurangan. Hasil wawancara dengan sepuluh informan yang melakukan kemurahan hati dengan memberi tenggang waktu hanya dua informan sedangkan yang lain tidak memberi tenggang waktu. Sebagaimana yang dilakukan informan J pedagang sembako, beliau memberi tangguhan waktu apabila pembeli tidak dapat membayar secara tunai. Beliau percaya kepada pembeli bahwa pembeli akan membayarnya. Tetapi beliau dalam memberikan tangguhan memilih orang yang beliau percaya dan melihat karakter pembeli seperti pembeli yang sudah menjadi langganan beliau. Perilaku yang dilakukan informan J pedagang sembako di ikuti oleh informan G pedagang buah, beliau bagi pembelinya membayar kekurangan tersebut tanpa memaksa harus dilunasi hari itu juga. Menurut beliau, hal seperti itu merupakan perbuatan yang baik karena dapat membantu orang lain dalam memenuhi kebutuhannya. Tak jarang beliau menyuruh pembeli itu untuk tidak membayar kekurangan itu, asal pembeli itu benar-benar orang yang tak mampu.

Delapan dari sepuluh informan tidak memberi tenggang waktu kepada pembeli karena masih ada pembeli yang ingkar dengan janjinya untuk membayar hutang sesuai dengan

kesepakatan. Pengalaman tersebut membuat mereka memilih untuk tidak memberikan hutang kepada pembeli.

Bentuk lain dari prinsip kebajikan yang dilakukan oleh pedagang berupa keramahan kepada calon pembeli. Sepuluh dari responden masih ada yang kurang bersikap ramah kepada pembeli. Seperti yang dilakukan oleh informan E pedagang sepatu dan informan H pedagang mie ayam, sikap beliau terhadap pembeli biasa saja tidak menunjukkan keramahan kepada pembeli.

Informan C pedagang pakaian berusaha melayani pembeli dengan ramah tetapi beliau tidak sabar apabila ada pembeli yang bersikap semena-mana. Informan A pedagang perabotan dan informan F pedagang getuk selalu melayani pembeli dengan bersikap ramah dan sabar ketika ada pembeli yang pemaarah atau suka membanding-bandingkan harga karena pembeli adalah raja. Sikap informan B pedagang ayam potong dan informan G pedagang buah ketika melayani pembeli mereka bersikap ramah, tetapi dalam melayani pembeli yang pemaarah sikap mereka membiarkan saja setelah reda amarahnya baru mereka melayani pembeli tersebut. Sedangkan informan I jasa reparasi jam selalu berusaha bersikap ramah terhadap pembeli dan segera melayani pembeli yang pemaarah.

Menurut peneliti seharusnya para pedagang harus melayani dengan baik dan bersikap ramah. Dengan bersikap

ramah tamah dan sopan kepada pembeli tak segan-segan calon pembeli akan mampir walaupun untuk sekedar liat-liat bahkan untuk membeli barang dagangan. Sebaliknya, jika penjual bersikap kurang ramah, apalagi kasar dalam melayani pembeli, justru mereka akan melarikan diri, dalam arti tidak mau kembali lagi. Dalam hubungan ini bisa direnung, firman Allah SWT yang berbunyi:²²

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٦﴾

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. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Dari pemaparan diatas perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan semarang yang meliputi sepuluh informan telah sesuai dengan prinsip etika bisnis yaitu kesatuan(tauhid), keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*), kehendak bebas(*ikhtiar/free will*), Tanggung jawab

²² Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan terjemahnya*, Bandung: CV. Diponegoro, h.56.

(*responsibility*), kebijakan (ihsan). Dengan menggunakan prinsip-prinsip tersebut akan menjadikan suatu bisnis atau perdagangan yang dijalankan oleh setiap pelakunya akan meraih kesuksesan baik kesuksesan di dunia maupun di akhirat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang dalam perspektif etika bisnis Islam, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa pemahaman pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang mengenai etika bisnis Islam disimpulkan bahwa para pedagang tidak mengetahui etika bisnis Islam. Akan tetapi, dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan yang telah diatur oleh agama Islam. Aturan agama Islam dalam kegiatan bisnis dipaparkan pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang ada, yaitu: kesatuan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, kebijakan(ihsan).
2. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang meliputi prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya 1) Prinsip Tauhid (Ketauhidan/*unity*) yang diwujudkan para pedagang meliputi menjalankan waktu shalat wajib tepat waktu, bersedekah dan niat bekerja untuk ibadah telah dilaksanakan para pedagang, namun masih

banyak pedagang yang tidak tepat waktu dalam menjalankan ibadah shalat wajib 2) Prinsip Keseimbangan diwujudkan para pedagang meliputi adil dalam timbangan atau takaran dan keseimbangan menjaga lingkungan sekitar dan tidak menyembunyikan cacat, sepuluh pedagang telah mewujudkan tindakan seperti itu 3) Prinsip Kehendak Bebas diwujudkan para pedagang meliputi memberikan kebebasan pedagang baru yang ingin berjualan di dekatnya dan tidak memaksa pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan pembeli, semua pedagang telah mewujudkan perilaku tersebut 4) prinsip pertanggungjawaban, diwujudkan para pedagang yang meliputi menepati janji dan tanggung jawab terhadap kualitas barang dagangan, tindakan seperti itu telah dilakukan para pedagang, namun masih ada pedagang yang, tidak bisa menepati janji. 5) Prinsip Ihsan, diwujudkan para pedagang mewujudkan antara lain bersikap ramah dan sabar, namun masih ditemukan pedagang yang tidak bersikap ramah dan sopan kepada pembeli. Selain itu, bentuk ihsan diwujudkan dengan memberikan waktu tenggang pembayaran dan memberikan bonus kepada pembeli, perilaku tersebut telah dilakukan para pedagang. Namun sebagian perilaku pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang ada yang tidak memberi waktu tenggang pembayaran kepada pembeli.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang bertujuan memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain yang atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi pedagang di pasar tradisional Ngaliyan Semarang diharapkan dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang di jalankan setiap hari tetap memegang teguh nilai-nilai atau aturan yang telah ditetapkan oleh syari'at Islam.
2. Sebaiknya pedagang diharapkan jujur atau terbuka dalam menjelaskan kelemahan atau kelebihan barang yang dijual, mempertanggungkan kualitas produk, menepati kesepakatan yang telah ditentukan dan lebih bersikap ramah kepada calon pembeli atau pembeli.
3. Sebaiknya perilaku pedagang dalam menjalankan bisnis atau berdagang selalu berpegang teguh pada etika bisnis Islam dalam kondisi bisnis apapun. Hal tersebut dikarenakan, bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan berupa materi namun juga memperoleh barokah atas rizki yang telah didapat.
4. Studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan di bidang ilmu pengetahuan terkait ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2001.
- Alma, Buchari. *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta, 1994.
- . *Pengantar Bisnis*: Bandung: Alfa Beta, 1993,
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2009. Amalia, Fitri. "Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok", Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Ash-Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi. *Pengantar Fiqih Muamalah*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2009.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006.
- Beekum, Rafik Issa. *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu – Ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Cet . 1, 2004.
- . *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Damsar, Sosiologi Ekonomi, Jakarta: Rajawali Pers, 2002 Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: CV Diponegoro 2005.

- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Devos. *Pengantar Etika*, Yogyakarta:Tiara Wacana,1987.
- Fauroni, R. Lukman. *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006, h. 144
- Hardjanto, Amirullah. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Graha Ilmu.,2005.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- . *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, Jakarta: rajawali Press, 2013.
- Johan, Suwinto. *Studi Kelayakan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Kansil,C.S.T. dan Christine S.T. *Kansil.,Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Kartaya , Herman dan Muhaammad Syakir Sul., *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006.
- Kasm. *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Kontjaraningrat. *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT.Gramedia,1981.
- Manullang, M. *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Indeks,2013.
- Mas'adi, Ghufron A . *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.

- Moefad, M. *Perilaku Individu dalam Masyarakat Kajian Komunikasi Social*, Jombang: el-DeHA Press Fakultas Dakwah IKAHA, 2007.
- Mufid, Muhammad. *Etika dan Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004.
- Mujahidin, Akhmad .*Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007.
- Muslich. *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Ekonisia, 2004.
- Narbuko, Cholid dan Abu Ahmadi. *Metodologi Penelitian*, Jakarta : PT Bumi Aksara, Cet.10, 2009.
- Qordhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta:Gema Insani Press, 1997.
- Peraturan Menteri Perdagangan. *Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern*, Nomor:70, tahun 2013
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Subandi, Bambang. *Bisnis sebagai strategi Islam*, Surabaya: Paramedia, 2000.
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung:A Ifabeta, Cet. 23, 2013.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pres, Cet. 6, 2010.
- Suhendi, Heri. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

- Sujatmiko, Eko. *Kamus IPS*, Surakarta: Aksara Sinergi media Cet. I, 2014.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Liberty, 1995.
- Sutrisno, Hadi. *Metodelogi Research*,, Yogyakarta : Andi Offset , 2001.
- Tanjung, M. Azrul ,et, al., *Meraih Surga dengan Berbisnis*, Jakarta: Gema Insani, 2013.
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, 2014.
- Umar, Husein, *Studi kelayakan Bisnis edisi-3 : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif* , Jakarta : Kompas Gramedia, 1997.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Zubbir, Achmad Charris. *Kuliah Etika*, Jakarta: Rajawali Press,1995.

Referensi Jurnal

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

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

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

Mardiyah, Ema. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari’ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas tasikmalaya, 2010

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

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

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

Referensi Internet

<http://kbbi.web.id/perilaku>, Pada tanggal 01 September 2015, Jam 05:47

<http://organisasi.org/jenis-macam-pedagang-perantara-pengertian-distributor-agen-grosir>, Pada 01 September 2015

<http://portalsemarang.com/profil-kecamatan-ngaliyan> , pada tanggal 16 Oktober 2015.

Galuh Oktavina, Redesain Pasar Tradisional Jongke,”<http://E-Journal.uajay.ac.id>
/ 83 /3/2TA1204.pdf. Diakses pada tanggal 19-09-2015, pukul 10.40 wib.

Lailatul Hikmah. “*Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia* ”,
[http ://lailatulblog. blogspot. Com /2011 /02/yayasan-lembaga-konsumen-indonesia.html](http://lailatulblog.blogspot.Com/2011/02/yayasan-lembaga-konsumen-indonesia.html).

Peraturan presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*, 2007.
WWW.bpkp.go.id. diakses 01 September 2015.

PEDOMAN WAWANCARA PENGELOLA PASAR NGALIYAN

Nama :

NIP :

Alamat :

1. Kapan berdirinya pasar Ngaliyan?
2. Bagaimana sejarah berdirinya pasar Ngaliyan Semarang dari berdiri sampai sekarang?
3. Berapa kios yang terdapat di pasar Ngaliyan?
4. Berapa jumlah pedagang di pasar Ngaliyan?
5. Apa saja fasilitas yang terdapat di pasar Ngaliyan?
6. Berasal dari mana sajakah pedagang yang berdagang di pasar Ngaliyan?
7. Barang apa saja yang dijual di pasar Ngaliyan?
8. Apa saja permasalahan yang di hadapi di pasar Ngaliyan?
9. Apakah perilaku pedagang sesuai dengan etika bisnis Islam?

PEDOMAN WAWANCARA PEDAGANG

Nama :

Alamat :

Lama berdagang :

Konsep Pemahaman Pedagang

1. Apakah Bapak/Ibu mengetahui etika bisnis Islam?
2. Menurut Bapak/Ibu seberapa pentingkah Agama Islam dalam mengatur perdagangan? Kenapa alasannya?
3. Mengapa dalam perdagangan/jual beli harus menerapkan sifat jujur dan keadilan?
4. Menurut Bapak/Ibu seberapa pentingkah kejujuran/ kepercayaan dalam menjalankan bisnis/dagang? kenapa?

Prinsip ketauhidan

1. Apakah Bapak/Ibu percaya bahwa rizki telah diatur oleh Allah SWT?
2. Jika dagangan anda sedang ramai dan telah tiba waktu shalat, bagaimanakah sikap Bapak/Ibu?
3. Bagaimanakah bentuk ketakwaan Bapak/Ibu kepada Allah SWT?

Prinsip Keseimbangan

1. Apa tindakan Bapak/Ibu jika barang dagangan yang Bapak/Ibu tawarkan ada yang cacat?
2. Bagaimana cara Bapak/Ibu dalam menakar atau menimbang barang dagangan?

Prinsip kehendak bebas

1. Apa yang Bapak/Ibu lakukan jika pembeli tidak mau membeli walaupun anda sudah mempromosikan barang yang anda semaksimal mungkin?
2. Apakah Bapak/Ibu pernah memberikan tawaran harga yang lebih rendah dari harga teman-teman anda di pasar untuk menarik pembeli?

Prinsip Tanggung jawab

1. Bagaimana sikap Bapak/Ibu jika ada pembeli yang membeli barang dagangan anda dalam jumlah yang besar?
2. Bagaimana bentuk tanggungjawab Bapak/Ibu ketika ada barang dagangan yang dipilih pembeli ada yang rusak/cacat?

Prinsip ihsan

1. Bagaimana sikap Bapak/Ibu dalam melayani pembeli? Bagaimana sikap bapak./ibu ketika ada pembeli yang suka marah atau membanding-bandingkan harga?
2. Apakah Bapak/Ibu memberikan tenggang waktu pembayaran kepada pembeli jika tidak bisa membayar secara tunai? Kenapa?

DOKUMENTASI



Wawancara Pedagang Daging Ayam Potong



Wawancara Pedagang Sembako



Wawancara Pedagang Buah-buahan



Wawancara Pedagang Pakaian



Wawancara Pedagang Getuk



Wawancara Pedagang Perabotan Rumah tangga



Wawancara Jasa Reparasi Jam



**PEMERINTAH KOTA SEMARANG
DINAS PASAR**

Jl. Dr. Cipto 115 Semarang
Telp. (024) 3547888 – 3544303

Nomor : 070/4191
Lampiran :
Perihal : Ijin Penelitian

Semarang, 3 / Agustus 2015

K e p a d a
Yth. Dekan Fak Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo
Semarang
di-

SEMARANG

1. Dasar : Surat dari Kepala Badan Kesatuan Bangsa, dan Politik Kota Semarang Nomor : 070/1259/VIII/2015 tanggal 26 Agustus 2015 tentang Ijin Penelitian.

2. Pada prinsipnya kami tidak keberatan memberikan ijin kepada:

Nama : Siti Mina Kusnia
Pekerjaan : Mahasiswa
Fak /Jurusan : Ekonomi / UIN Walisongo Semarang

untuk melakukan Penelitian dengan Judul “Perilaku Pedagang di Pasar Ngaliyan Semarang dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” pada Dinas Pasar Kota Semarang, waktu mulai tanggal 26 Agustus 2015 sampai dengan 26 Februari 2016.

Lokasi : Dinas Pasar Kota Semarang

3 Selanjutnya selama mengikuti kegiatan tersebut wajib mentaati Peraturan yang berlaku di Instansi Dinas Pasar Kota Semarang dan wajib melaporkan hasilnya.

4. Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan Kepada Yth :

1. Kepala UPTD Pasar Wilayah Karangayu;
2. Pertinggal.

Aug 1 9 2015
Dinas Pasar Karangayu



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
WALISONGO**

Jl. Walisongo No. 3 - 5 Telp. (024) 7624334, 7604554 Fax. 7601293 Semarang, 50185

S E R T I F I K A T

Nomor : In.06-0/R.3/PP.03.1/3177A/2011

Diberikan kepada :

Nama :
N I M :
Fak./Jur./Prodi :

telah mengikuti Pengenalan Akademik (OPAK) Tahun Akademik 2011/2012 dengan tema
" MENEGUHKAN KOMITMEN MAHASISWA DALAM MENGENMBAN AMANAT RAKYAT "

yang diselenggarakan oleh
IAIN Walisongo Semarang pada tanggal 08 - 12 Agustus 2011 sebagai, "PESERTA" dan dinyatakan :

L U L U S

Demikian sertifikat ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 Agustus 2011



An. Rektor
Pembantu Rektor III
Prof. Dr. H. Moh. Erfan Soebahar, MA
NIP. 19560624 198703 1002

Ketua Panitia

H. Hasyiyin Muhammad, M.Ag
NIP. 19720315 199703 1002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS 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/L.1/PP.06/480/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, menerangkan bahwa:

Nama : **SITI MINA KUSNIA**
NIM : **112411066**
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Telah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-64 tahun 2015 di Kabupaten Temanggung, dengan nilai :

.....**85**..... (.....**4,0** /A.....)

Semarang, 12 Juni 2015


Nuzul Sholah, M. Ag.
NIP. 19600604 199403 1 004

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini :

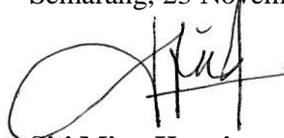
Nama : Siti Mina Kusnia
Tempat Tanggal Lahir : Grobogan, 05 Februari 1992
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Ds. Brabo RT/RW. 09/03 Kec.
Tanggungharjo Kab. Grobogan

Pendidikan :

1. TK Dharma Wanita Nusantara Brabo Lulus Tahun 1998
2. SDN Brabo 3 Lulus Tahun 2004
3. MTs Tajul Ulum Brabo Lulus Tahun 2007
4. MA Tajul Ulum Brabo Lulus Tahun 2010
5. Mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Tahun 2011

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Semarang, 23 November 2015



Siti Mina Kusnia
NIM. 112411066