

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF AL-GHAZALI
PADA PEDAGANG DI PASAR IKAN HIAS JOHAR SEMARANG**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

DIFA AGUSTINA

NIM. 2005026104

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2024



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. DR. HAMKA (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang

Nomor : 3864/Un.10.5/D.1/DA.08.05/12/2024

06 Desember 2024

Lamp. : -

H a l : Penunjukan menjadi Dosen
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :
Fita Nurotul Faizah, M.E.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Difa Agustina
NIM : 2005026104
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali Pada
Pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Maka, kami mengharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi.

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II Saudara/I Jepri Nugrawiyati, M.Pd.I.
Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An.Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



MUCHAMAD FAUZI

Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (tiga) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
An. Sdri. Difa Agustina

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 : Difa Agustina
NIM : 2005026104
Jurusan : S1 Ekonomi Islam
Judul : "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF AL-GHAZALI
PADA PEDAGANG DI PASAR IKAN HIAS JOHAR SEMARANG"

Dengan ini kami mohon sekiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 17 Desember 2024

Pembimbing I

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 19940503 201903 2 026

Pembimbing II

Jepri Nugrawiyati, M.Pd.I
NIP. 19910404 202012 2 005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka, km 2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan, Semarang, 50185,
Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Difa Agustina
NIM : 2005026104
Judul : "IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PERSPEKTIF AL-GHAZALI
PADA PEDAGANG DI PASAR IKAN HIAS JOHAR SEMARANG"

Telah di munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus pada tanggal 27 Desember 2024 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2024/2025.

Semarang, 31 Desember 2024

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 19890708 201903 2 018

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 19940503 201903 2 026

Penguji Utama I

Penguji Utama II

Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.
NIP. 19730811 200003 1 004



Arief Darmawan, M.Pd.
NIP. 19880422 202012 1 002

Pembimbing I

Pembimbing II

Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 19940503 201903 2 026

Jepri Nugrawiyati, M.Pd.I
NIP. 19910404 202012 2 005

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 6)

PERSEMBAHAN

BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM

Alḥamdulillah Rabb al-‘ālamīn, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis diberikan kemampuan untuk merampungkan tugas kuliah dengan sehat dan tanpa suatu kekurangan apapun. Selain itu penulis bermaksud menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh elemen yang memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk tetap bersemangat dalam merampungkan tugas perkuliahan. Dengan tulus hati, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua yang sangat saya cintai Alm. Bapak Supirmanto dan Ibu Sri Romsih. Terimakasih untuk semua do'a yang tiada henti, kasih sayang, perhatian, dan pengorbanan yang luar biasa dalam memberikan semangat serta dukungan hingga saat ini.
2. Kakak saya Dewi Setianingsih, S.Si., dan adik saya Bilqiz Aulia Khumairoh. Terimakasih telah memberikan semangat, dan dukungan kepada saya selama menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen Pembimbing Fita Nurotul Faizah, M.E., dan Jepri Nugrawiyati, M.Pd.I., yang telah membimbing saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
4. Semua dosen civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Teman-teman KKN Part II, dan teman-teman Ekonomi Islam kelas C 2020, terimakasih atas kebersamaan dan kerjasamanya selama menempuh proses perkuliahan.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu selama proses perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir.

DEKLARASI

Dengan penuh kerendahan hati, kejujuran dan rasa tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Implementasi Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali Pada Pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang”** tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 18 Desember 2024

Deklarator



Difa Agustina

NIM. 2005026104

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB DAN HURUF LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Sa | Ṣ | Es (dengan titik di atas) |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ha | Ḥ | Ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Kha | Kh | ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Zal | Ḍ | Zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | es dan ye |
| ص | Sad | Ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | Dad | Ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ta | Ṭ | te (dengan titik di bawah) |

| | | | |
|---|--------|---|-----------------------------|
| ظ | Za | Z | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain | ' | Koma terbalik (di atas) |
| غ | Gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | Qaf | Q | Ki |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| ه | Ha | H | Ha |
| ء | Hamzah | ' | Apostrof |
| ي | Ya | Y | Ye |

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|-------------|------|
| َ | Fathah | A | A |
| ِ | Kasrah | I | I |
| ُ | Dammah | U | U |

2. Vokal Rangkap

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

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|----------------|-------------|---------|
| يَ...َ | Fathah dan Ya | Ai | A dan i |
| وَ...َ | Fathah dan Wau | Au | A dan u |

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|-------------------------|-------------|---------------------|
| أ...ى... | Fathah dan Alif atau Ya | Ā | a dan garis di atas |
| ى... | Kasrah dan Ya | Ī | i dan garis di atas |
| ؤ... | Dammah dan Wau | Ū | u dan garis di atas |

D. *Ta' Marbutah*

Ta marbūtah hidup translitasinya dalam tulisan latin dilambangkan dengan huruf “t” sedangkan *ta marbūtah* mati yang dibaca seperti harakat sukun transliterasinya dalam tulisan latin dilambangkan dengan huruf “h”. misalnya: الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madinatul Munawwarah*

E. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dilambangkan dengan tanda pada transliterasinya dilambangkan dengan pengulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda tasydid. Contohnya: (أَنَّ), (مَدَّ)

F. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam bahasa arab dilambangkan dengan huruf ال transliterasinya dalam tulisan latin dilambangkan dengan huruf “al” dimana terpisah dengan kata yang mengikuti dan diberi tanda hubung. Misalnya : الْبِلَادُ (*al-biladu*), الْفَلْسَفَةُ (*al-falsafah*).

ABSTRAK

Pasar ikan hias Johar merupakan salah satu pusat perdagangan ikan hias di Semarang yang memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat lokal. Dalam konteks ini, penerapan etika bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam menjadi isu yang sangat relevan. Perspektif Al-Ghazali menawarkan panduan etika yang menekankan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam aktivitas bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika bisnis Islam berdasarkan pandangan Al-Ghazali pada pedagang di pasar ikan hias Johar, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada di pasar ikan hias Johar Semarang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, dan data sekunder. Dengan menggunakan sumber data-data berupa dokumen-dokumen, serta wawancara langsung kepada pedagang, pembeli, dan pengelola yang ada disana. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pedagang ikan hias di Pasar Johar, observasi langsung, dan dokumentasi. Sedangkan analisis yang digunakan dengan menggunakan analisis kualitatif dan deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, mendapatkan kesimpulan bahwa sebagian besar pedagang telah mengimplementasikan prinsip-prinsip seperti (1) Transparansi dalam menyampaikan kekurangan barang, (2) Kejujuran dalam timbangan, (3) Berkata benar tentang harga, serta (4) Menghindari praktik riba. Meskipun tidak semua pedagang memiliki latar belakang dengan religiusitas yang tinggi, namun beberapa pedagang memahami. Prinsip ini tidak hanya menjaga kepercayaan konsumen, tetapi juga membantu menciptakan keberkahan dalam perdagangan. Meski begitu pada kaitannya dengan promosi yang berlebih hampir semua pedagang menganggap hal itu perlu dilakukan untuk menarik pelanggan dan menaikkan target penjualan di tengah kondisi ekonomi yang sulit.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Al-Ghazali, Ikan Hias. Semarang

ABSTRACT

The Johar Ornamental Fish Market is one of the main centers for ornamental fish trading in Semarang, playing an important role in the local community's economy. In this context, the application of business ethics aligned with Islamic values is a highly relevant issue. Al-Ghazali's perspective provides ethical guidance that emphasizes honesty, fairness, and social responsibility in business activities. This study aims to analyze the implementation of Islamic business ethics based on Al-Ghazali's views among traders in the Johar Ornamental Fish Market, as well as to identify the opportunities and challenges present in this market.

This study adopts a field research approach, utilizing both primary and secondary data sources. The data sources include documents, direct interviews with traders, buyers, and market managers, as well as observations. Data were collected through in-depth interviews with ornamental fish traders at Johar Market, direct observation, and documentation. The data analysis employed qualitative and descriptive analysis techniques.

The findings indicate that most traders have implemented key principles, including (1) transparency in communicating product deficiencies, (2) honesty in weighing products, (3) truthfulness in pricing, and (4) avoiding the practice of usury. Although not all traders possess a high level of religiosity, some demonstrate an understanding of these principles. These practices not only maintain consumer trust but also contribute to creating blessings in trade. However, regarding excessive promotion, most traders consider it necessary to attract customers and meet sales targets, especially during challenging economic conditions.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Al-Ghazali, Fish Market, Semarang*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta nikmat kepada semua hamba-Nya, khususnya bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa seluruh umat manusia kejalan yang lurus menuju ridho-Nya. Semoga kita termasuk umat beliau yang mendapat syafa'at beliau kelak di yaumul akhir.

Dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam ide, kritik, saran maupun dalam bentuk lainnya. Berkat ridho yang diberikan Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul **“Implementasi Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali Pada Pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang”**. Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih sebagai penghargaan dan peran sertanya dalam penulisan skripsi ini kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Dr. Nurudin, S.E., MM, selaku Kepala Jurusan prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Ibu Fita Nurotul Faizah, M.E., dan Ibu Jepri Nugrawiyati, M.Pd.I., selaku Pembimbing I dan Pembimbing II. yang selalu sabar bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatun, M.Ag., selaku wali dosen yang telah memberikan bimbingan dan bantuan selama penulis menempuh studi di Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univesitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

6. Seluruh dosen pengajar Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas IslamNegeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Orang tua tercinta yaitu Alm. Bapak Supirmanto dan Ibu Sri Romsih. Terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.
8. Ketua paguyuban Pasar Ikan Hias Johar Semarang Bapak Adin, dan Ibu Ida selaku sekretaris Paguyuban Pasar Ikan Hias Johar Semarang, dan para pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang yang telah bersedia memberikan waktunya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian skripsi dengan baik.
9. Seluruh pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat ditulis satu persatu.

Semoga segala kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan mendapat balasan dan keberkahan dari Allah SWT. Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik- baiknya, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Oleh karena itu, penulis sangat bersyukur dan berterimakasih atas segala kritik dan saran yang membangkitkan karena hal itu menjadi penyempurna dari skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam dunia akademik maupun non akademik.

Semarang, 17 Desember 2024

Penulis,



Difa Agustina

NIM. 2005026104

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | i |
| MOTTO..... | ii |
| PERSEMBAHAN | iii |
| DEKLARASI | iv |
| PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB DAN HURUF LATIN..... | v |
| ABSTRAK..... | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR TABEL | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 9 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 9 |
| D. Tinjauan Pustaka..... | 11 |
| E. Metode Penelitian | 14 |
| F. Sistematika Penulisan..... | 18 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 20 |
| A. Etika Bisnis Islam | 20 |
| 1. Etika..... | 20 |
| 2. Bisnis | 20 |
| 3. Etika Bisnis Islam | 21 |
| 4. Landasan Hukum | 23 |
| 5. Fungsi dan Peranan Etika Islam Perdagangan | 25 |
| 6. Prinsip Dasar..... | 26 |
| B. Etika Bisnis Menurut Imam Al-Ghazali | 28 |
| 1. Riwayat Al-Ghazali | 28 |
| 2. Etika Bisnis Menurut Imam Al-Ghazali | 29 |
| C. Penyimpangan Etika Dalam Sebuah Aktivitas Bisnis | 38 |
| D. Pedagang | 42 |
| 1. Definisi Pedagang | 42 |

| | |
|---|-----------|
| 2. Perilaku Pedagang | 43 |
| 3. Ciri-Ciri Pedagang Tradisional..... | 44 |
| BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN | 45 |
| A. Letak Geografis Semarang | 45 |
| B. Profil Pasar Ikan Hias Johar Semarang..... | 46 |
| C. Visi dan Misi Pasar Ikan Hias Johar Semarang..... | 47 |
| D. Struktur Organisasi | 47 |
| E. Tugas dan Fungsi Kepengelolaan..... | 48 |
| F. Produk | 49 |
| G. Strategi Pemasaran | 50 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 53 |
| A. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang Perspektif Al-Ghazali | 53 |
| B. Peluang dan Tantangan Bisnis di Pasar Ikan Hias Johar Semarang | 62 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 69 |
| A. Kesimpulan..... | 69 |
| B. Saran..... | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA | 71 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | 76 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 99 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3.1 Pasar Ikan Hias Johar Semarang | 48 |
| Gambar 3.2 Obat-obatan Ikan | 49 |
| Gambar 3.3 Pakan Ikan | 49 |
| Gambar 3.4 <i>Aquascape</i> | 49 |
| Gambar 3.5 Aquarium & Perlengkapan | 50 |
| Gambar 3.6 Ikan hias air tawar..... | 50 |
| Gambar 3.7 Mesin, Media Filter, & Aksesoris..... | 50 |
| Gambar 3.8 Akun Instagram Pipit Mas Aquarium..... | 50 |
| Gambar 3.9 Akun Instagram Diva Aquarium | 50 |
| Gambar 3.10 Akun Instagram Rahayu Fish | 50 |
| Gambar 3.11 <i>Customer Service</i> | 52 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| Tabel 3.1 Letak Geografis Kota Semarang | 45 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini sektor perikanan yang ada di Indonesia tidak hanya berputar pada sektor perikanan jenis konsumsi saja, tetapi juga dari sektor perikanan non konsumsi, salah satunya yaitu ikan hias. Berdasarkan laporan KKP (Kementrian Kelautan dan Perikanan), terdapat 3.567 jenis ikan air laut dan 1.226 jenis ikan tawar, yang memiliki potensi untuk dibudidayakan sebagai ikan hias. 128 jenis ikan di antaranya tergolong endemik atau ikan tersebut hanya bisa ditemukan di negeri ini.¹ Merujuk pada data ITC *Trademap*, tercatat dalam beberapa tahun terakhir produksi ikan hias nasional terus mengalami peningkatan, Dirjen Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan (PDSPKP), Budi Sulistiyo menyebut pasar global ikan hias, sejak tahun 2017-2022 pertumbuhan nilai impor ikan hias global mencapai 2,63% per tahun. Pada tahun 2017 nilai impor ikan hias dunia sebesar USD314,89 juta, sempat terjadi penurunan di awal *covid-19*, namun di tengah pandemi kembali mengalami lonjakan menjadi USD365,97 juta pada tahun 2021. Dari tingginya permintaan tersebut, pada tahun 2022 Indonesia mampu mencapai pangsa pasar ikan hias global sebesar 11,1% dan menempati posisi ke-2 sebagai eksportir ikan hias terbesar dunia setelah Jepang. Budi mengungkapkan impor ikan hias dunia didominasi jenis ikan hias air tawar dengan proporsi 77,3%.²

Sektor perikanan menjadi bagian penting dari perekonomian nasional. Selain menjadi sumber pangan dan pendapatan bagi masyarakat, sektor ini juga mencakup faktor lain yang tidak kalah penting, salah satunya adalah pedagang ikan hias. Hal itu membuat ikan hias menjadi komoditas hidup potensial yang diperdagangkan di dalam maupun di luar negeri, yang dapat dijadikan pula sebagai salah satu sumber pendapatan devisa untuk negara.³ Selain itu ikan hias dapat dijadikan sebagai produk hiburan yang kini banyak diminati oleh seluruh elemen masyarakat sebab ikan hias dapat mencapai segmentasi pasar pada tingkatan sosial yang berbeda dan tingkatan ekonomi masyarakat yang berbeda pula, tergantung dari harga dan jenis ikan tersebut. Ikan hias adalah salah

¹ Kementrian Kelautan dan Perikanan, "*KKP Optimistis Indonesia Bisa Jadi Eksportir Ikan Hias Nomor Satu di Dunia*", kkp.go.id, diakses pada tanggal 19 September 2024, pukul 16.46

² Kementrian Kelautan dan Perikanan, "*Tingkatkan Industri Ikan Hias, KKP dan Komunitas Hobi Gelar Nusatic 2024*", kkp.go.id, diakses pada tanggal 30 Sep. 24, pukul 16.48

³ Frendy Rahmananda, "*Analisis Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Hias di Arif Fish Farm Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur*", (IAIN Metro Lampung, 2021) h. 2

satu jenis biota⁴ air yang ada di kawasan perairan Indonesia dan telah semakin populer. Jika dulu ikan hias hanya diminati oleh kalangan pehobi⁵, kini ikan hias, telah berkembang menjadi bisnis yang menjanjikan. Akan tetapi keberadaan ikan hias saat ini sudah lebih bervariasi lagi, tidak hanya terbatas sebagai hobi atau hiburan semata, namun kini sudah lebih berkembang luas menjadi suatu objek yang dapat di manfaatkan untuk keperluan dunia penelitian, media, pendidikan maupun keperluan pelestarian alam. Beragam jenis ikan hias dengan keindahan yang menawan membuat perdagangan ikan ini terus tumbuh, baik pada pasar local maupun manca negara. Salah satu pasar yang berkembang pesat adalah pasar ikan hias di Semarang.

Pasar Ikan Hias Semarang merupakan salah satu pusat perdagangan ikan hias terbesar di Kota Semarang. Terletak di kawasan Johar, pasar ikan ini menjadi tujuan utama bagi para pecinta ikan hias dari berbagai daerah. Terdapat 17 pedagang berada di Pasar Ikan Hias Johar Semarang yang menjual berbagai jenis ikan hias air tawar dan air laut, ikan hias aquarium dan kolam, aquarium, aksesoris dan perlengkapan aquarium, tanaman air, hingga makanan dan suplemen untuk ikan. Selain itu, pasar ini juga menawarkan beragam bentuk *aquascape*⁶ atau *replica landscape* bawah air untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Berdiri sejak tahun 90-an Pasar Ikan Hias Semarang kini tidak hanya melayani penjualan eceran, tetapi juga menjadi tempat distribusi grosir bagi pedagang ikan hias lainnya di daerah Semarang dan sekitarnya. Selain berfungsi sebagai pusat ekonomi, pasar ini juga menjadi tempat berkumpulnya komunitas pecinta ikan hias yang sering mengadakan acara bersama, seperti lomba dan pameran ikan hias. Keberadaan pasar ini memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat serta berkontribusi dalam memperkuat jaringan perdagangan ikan hias di wilayah tersebut.

Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap ikan hias sebagai bagian dari hobi dan dekorasi rumah. Para pelaku usaha ikan hias di Semarang tidak hanya fokus pada kualitas ikan yang dijual, tetapi juga pada inovasi dalam metode pemasaran dan pelayanan kepada konsumen. Sebagai hasilnya, industri ini telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang menjanjikan bagi masyarakat setempat. Di balik perkembangan yang semakin pesat, persaingan usaha di sektor ikan

⁴ Keseluruhan makhluk hidup yang terdapat di suatu wilayah dalam kurun waktu tertentu.

⁵ Orang yang memiliki hobi atau kegemaran

⁶ **Aquascape** adalah seni menghias tanaman di dalam air yang dipadukan dengan penempatan objek seperti batu, kayu, dalam wadah akuarium ataupun akrilik.

hias juga semakin ketat. Para pelaku usaha di Pasar Ikan Hias Semarang melakukan berbagai strategi pemasaran, seperti menawarkan harga yang lebih kompetitif, memberikan diskon khusus, atau menyediakan jenis ikan hias yang langka dan unik. Hal itu memunculkan beberapa praktik bisnis yang tidak selalu etis bahkan cenderung menyimpang.

Seperti contoh fenomena yang terjadi pada salah seorang pembeli di pasar ikan hias Semarang, menurut Arief salah seorang pembeli di Pasar Ikan Hias Semarang, terdapat perilaku yang tidak sesuai seperti penyebaran informasi yang tidak relevan mengenai kualitas ikan pada pedagang di pasar ikan hias Semarang,⁷ seperti contoh pada saat dia akan membeli ikan di salah satu gerai di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, pedagang tersebut mematok dengan harga yang murah dan mengatakan jika ikan yang dijual merupakan ikan yang sehat dan telah melalui proses karantina, akan tetapi ketika Arief mencoba membelinya karena tertarik dengan ikan tersebut juga karena harga yang sedikit miring, pada saat sampai di rumah ikan tersebut mati karena jamur. Meskipun harga yang di tawarkan terjangkau, akan tetapi seharusnya pedagang juga memberikan informasi yang sesuai dengan kualitas ikan kepada calon pembeli.

Selain Arief, Putri yang merupakan pengunjung di Pasar Ikan Hias Johar Semarang mengatakan bahwa beberapa penjual mematok harga yang tinggi untuk sebuah mesin pompa air, dengan mengatakan jika barang tersebut merupakan merek yang terkenal dengan mutu kualitas yang baik, sedangkan dengan kualitas dan merek yang sama dia bisa mendapatkan harga yang sedikit lebih rendah di banding di kios tersebut. Pendapat lain juga disampaikan oleh salah seorang pengunjung di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, yang mengatakan jika beberapa pedagang mengambil keuntungan yang lebih tinggi. Sedangkan dari sisi pedagang beberapa mengatakan bahwa terdapat upaya memonopoli pasokan ikan hias tertentu seperti yang di sampaikan Ibu Sri dan Bapak Ari yang mengatakan bahwa terdapat salah satu pedagang yang melarang salah seorang pemasok ikan koi untuk tidak menawarkan barang dagangannya kepada pedagang lain, selain ikan koi terdapat juga pedagang lain yang melarang pemasok atau *supplier* tanaman untuk tidak memberikan barangnya pada pedagang lain disana. serta pengurangan takaran timbangan pada beberapa pedagang.⁸ Adanya

⁷ Wawancara dengan pembeli di Pasar Ikan Hias Semarang pada 22 September 2024.

⁸ Wawancara dengan pedagang di Pasar Ikan Hias Semarang pada 22 September 2024.

beberapa penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.⁹

Dalam perspektif etika bisnis syari'ah memiliki keterkaitan langsung dengan unsur ketauhidan dan wajib mengamalkan unsur kejujuran, sikap amanah serta tidak khianat.¹⁰ Al-Ghazali memiliki kajian yang tajam terhadap permasalahan perilaku bisnis, terlebih pada permasalahan moral dan etika. Ia berpendapat jika keuntungan yang diambil dengan cara menimbun bahan makanan dan barang-barang kebutuhan dasar merupakan sebuah kedhaliman.¹¹ Kecurangan yang dilakukan dalam berbisnis adalah suatu pertanda akan kehancuran pada bisnis itu sendiri. Al-Qur'an telah memerintahkan kepada seluruh umat muslim dalam menimbang, menakar, dan mengukur harus dengan cara yang benar dan sesuai, jangan sampai melakukan kecurangan seperti mengurangi takaran dan timbangan.¹² Firman Allah SWT dalam surat Al-Isra' ayat 35 (Qur'an Karim dan Terjemahannya, 2024):

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

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

Berdasarkan tafsir tahlili yang bersumber dari artikel Al-Qur'an NU ayat diatas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan umat Muslim untuk mencermati takaran saat mengukur barang dagangan. Ini berarti bahwa proses pengukuran harus dilakukan dengan seakurat mungkin dan dengan kehati-hatian yang tinggi. Dengan demikian, seorang pedagang yang mengukur barang yang akan diberikan kepada pembeli setelah dijual tidak diperbolehkan untuk mengurangi takarannya, karena ini akan merugikan orang lain. Begitu pula, jika seseorang mengukur barang milik orang lain yang akan ia terima setelah membelinya, maka yang bersangkutan tidak boleh menambah takarannya, karena itu juga merugikan pihak lain. Allah SWT juga mengarahkan mereka untuk menggunakan neraca atau timbangan yang akurat dan sesuai dengan norma yang sudah ada. Neraca yang tepat adalah yang dibuat dengan ketelitian yang

⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h.154.

¹⁰ Septiana Na'afi, “Rahasia Dagang (HaKI) dalam Etika Bisnis Syari'ah”, *Jurnal Studi Islam*, Vol. 1, No. 1, 2019

¹¹ Abu Hamid Al-Gazali, *Ihya Ulum Ad-Diin*, (Beirut: Dar An-Nadwah, t.th), Jilid II, h. 791.

¹² Septy Putriasih, “Penerapan Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali Pada Petani Kopi di Koperasi Kebun Makmur Yogyakarta”, (UII Yogyakarta, 2018).

maksimal, sehingga dapat memberikan kepercayaan kepada pelaku jual beli, serta menghindari praktik curang dalam pengurangan atau penambahan. Allah SWT mengancam mereka yang tidak memenuhi takaran dan timbangan ini dengan peringatan yang tegas. Allah SWT berfirman: "Celakalah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang! Yaitu mereka yang saat menerima takaran dari orang lain, meminta agar cukup, tetapi saat mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi." (Al-Muthaffifin/83: 1-3) Di bagian akhir ayat, Allah SWT menyatakan bahwa melakukan pengukuran atau penimbangan barang dengan cermat lebih menguntungkan bagi mereka, karena di dunia ini mereka akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, dan di akhirat, mereka akan memperoleh pahala dari Allah serta ridha-Nya, serta dijauhkan dari api neraka.¹³

Kondisi ini menciptakan tantangan bagi para pedagang yang berupaya menjalankan bisnis mereka sesuai dengan prinsip-prinsip etika, terutama menurut pandangan Al-Ghazali yang menekankan pentingnya integritas, keadilan, dan keseimbangan dalam setiap aktivitas ekonomi. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang sejauh mana para pelaku usaha ikan hias menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam kegiatan mereka, khususnya dalam konteks etika bisnis Islam.

Etika memiliki peran penting secara filosofis dengan mengacu pada dasar ilmu pengetahuan dan ajaran agama untuk menilai suatu tindakan. Etika merupakan kajian mengenai perbuatan yang dianggap sah dan benar serta pilihan moral yang diambil oleh individu.¹⁴ Tidak hanya terbatas pada aspek perilaku bisnis, etika juga erat kaitannya dengan kredibilitas produk dan layanan yang ditawarkan, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keuntungan bisnis. Dalam Islam, etika berfungsi sebagai kontrol untuk membimbing manusia agar menjalin kerja sama, saling membantu, dan menghindari sifat dendam, dengki, serta perilaku lain yang bertentangan dengan syariat. Hal ini berbeda dengan pendekatan konvensional, yang melihat etika bisnis semata-mata berdasarkan moralitas umum untuk menjalankan bisnis yang baik dan mencapai tujuan utama, yaitu keuntungan.¹⁵ Oleh karena itu, perilaku dalam aktivitas bisnis atau

¹³ NU Online, *Surah Al-Isra' Ayat 35*, [Surat Al-Isra' Ayat 35: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online](#), diakses pada tanggal 19 Sep. 24, pada pukul 20.16

¹⁴ Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 53.

¹⁵ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Manusia Press, 1993), hlm.5.

perdagangan tidak terlepas dari nilai-nilai moral dan etika. Sangat penting bagi pelaku usaha untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka bisnis mereka.¹⁶

Etika bisnis Islam merupakan landasan yang penting bagi umat Muslim dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Prinsip-prinsip seperti keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial menjadi pedoman dalam berbisnis. Di dalam konteks usaha ikan hias, penerapan etika bisnis Islam diharapkan mampu menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan keberlanjutan usaha yang beretika. Namun, realita di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara teori dan praktik, di mana prinsip-prinsip etika bisnis Islam sering kali terabaikan demi meraih keuntungan jangka pendek.

Banyak pandangan yang mengemukakan bahwa etika atau moral pada dunia usaha tidak perlu diikutsertakan, sebab hal itu dianggap menghalangi pendapatan yang bisa diperoleh. Pandangan ini dipengaruhi oleh aliran neo-klasik model Walrasian. Namun, pandangan ini bertentangan dengan perspektif Al-Ghazali tentang peran etika dalam bisnis. Menurutnya, etika memiliki peranan yang sangat krusial untuk disertakan dalam kegiatan bisnis. Dalam karyanya yang terkenal, yaitu buku *Ihya' 'Ulumudiin*, ada pembahasan mengenai pentingnya etika dalam bertransaksi bisnis.¹⁷

Beberapa ahli juga telah mengemukakan konsep-konsep etika yang relevan dalam dunia bisnis. Misalnya, Immanuel Kant dengan etika deontologisnya menekankan pentingnya kewajiban moral tanpa memandang akibatnya, sementara Jeremy Bentham dan John Stuart Mill melalui teori utilitarianisme menekankan pada pencapaian utilitas paling besar untuk banyak orang. Di sisi lain, para ahli Muslim seperti Ibnu Khaldun dan Al-Mawardi juga memberikan pandangan mereka tentang etika bisnis. Ibnu Khaldun dalam *Muqaddimah* menekankan pentingnya keadilan, kerja sama, dan keseimbangan dalam kegiatan ekonomi, serta menyoroti dampak negatif dari praktik monopoli dan ketidakadilan terhadap stabilitas sosial. Konsep ekonomi muncul disebabkan oleh keinginan seseorang yang selalu tidak merasa puas dan tidak ada batasnya, sementara barang-barang yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut sangat terbatas.¹⁸ Sedangkan Al-Mawardi, menekankan pentingnya keadilan dalam perdagangan, kejujuran, serta perlindungan terhadap hak-hak pekerja dan konsumen.

¹⁶ Fitri Amalia “*Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Bisnis Usaha Kecil*” Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah UIN Jakarta 2014. h.117

¹⁷ Imam Sopingi, “*Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali: Telaah Kitab Ihya' 'Ulum Al-Din*”, Iqtishoduna Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Malang, 2016

¹⁸ Choirul Huda, “*PEMIKIRAN EKONOMI BAPAK EKONOMI ISLAM; IBNU KHALDUN*”, Jurnal Ekonomica, Vol. 4, No. 1, 2013, hlm. 113

Meskipun terdapat kesamaan dalam penekanan pada keadilan dan kejujuran, konsep Al-Ghazali mengenai etika bisnis memiliki perbedaan yang signifikan dengan pandangan para ahli lainnya. Al-Ghazali lebih menekankan pada niat yang tulus dan tujuan spiritual dalam berbisnis, di mana aktivitas ekonomi tidak hanya bertujuan untuk keuntungan materi namun bisa menjadi kesempatan untuk kita dapat mendekatkan diri dan meningkatkan keimanan kita kepada Allah.¹⁹ Sementara Ibnu Khaldun lebih fokus pada aspek sosial dan ekonomi dari kegiatan bisnis, Al-Ghazali memberikan penekanan khusus pada aspek moral dan spiritual, sehingga terjadi keseimbangan antara duniawi dan ukhrawi dalam bisnis. Perbedaan ini menegaskan bahwa pandangan Al-Ghazali tidak hanya berorientasi pada keadilan dan manfaat sosial, tetapi juga pada keselarasan antara dunia dan akhirat dalam setiap aktivitas ekonomi. Berdasarkan sudut pandang Al-Ghazali, menjalankan suatu aktivitas bisnis seharusnya tidak sekedar terfokus untuk memperoleh keuntungan materi saja, tetapi hal ini bisa kita jadikan menjadi sarana untuk mencapai ridha Allah SWT dan kebahagiaan akhirat. Hal ini berbeda dengan pandangan para ahli etika lainnya yang lebih fokus pada aturan atau konsekuensi dari tindakan bisnis.

Selain itu, pada perspektif Al-Ghazali juga ditekankan pentingnya untuk menjaga suatu keadilan dalam transaksi bisnis, menghindari riba, menekankan nilai-nilai kebaikan dalam berdagang, dan memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Pandangan Al-Ghazali ini menjadi dasar yang signifikan bagi pengusaha Muslim untuk mengelola usaha mereka sesuai dengan kaidah syari'ah, sekaligus memberikan manfaat yang baik bagi masyarakat secara umum. Al-Ghazali memiliki gambaran mengenai moralitas di pasar yang menekankan pentingnya kejujuran serta kebenaran, yang bisa diterapkan dalam perkembangan pasar dan fungsi uang berdasarkan etika serta moralitas para pelaku bisnis.²⁰

Diskusi mengenai etika bisnis Islam telah banyak dilakukan, terlebih dari perspektif Al-Ghazali telah banyak dilakukan di berbagai sektor, beberapa menunjukkan relevansi dan pengaplikasian teori ini dalam praktik bisnis modern. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Rochmat Taufiq (2020) yang berjudul "Penerapan Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali di Kalangan Paguyuban Pedagang Kaki Lima Berjan" Hasil dari studi ini menyimpulkan bahwa pedagang kaki lima (PKL)

¹⁹ Fitriani, Sri Deti, Sri Sunantri, "ETIKA BISNIS ISLAM MENURUT IMAM AL-GHAZALI DAN YUSUF AL-QARADHAWI", Jurnal Studi Islam Lintas Negara, Vol. 4, No.1, 2022, hlm. 55

²⁰ *Ibid*

Berjan, berdasarkan latar belakangnya dalam berjualan di paguyuban, dapat dikategorikan ke dalam tiga kelompok. Pertama, ada pedagang yang berjualan karena mereka merupakan lulusan pondok pesantren An-Nawawi dan anggota tarekat Qodiriyah serta Naqsabandiyah. Kedua, ada warga desa di sekitar pondok pesantren An-Nawawi yang berasal dari kecamatan yang sama. Ketiga, terdapat individu dari luar kecamatan dan daerah lainnya yang bergabung dalam paguyuban untuk berdagang. Secara umum, ketiga kelompok ini sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam menurut pandangan Al-Ghazali. Namun, untuk kelompok kedua dan ketiga, pemahaman mereka mengenai etika bisnis Islam dari sudut pandang Al-Ghazali masih belum sepenuhnya memadai. Hal ini terlihat dari cara mereka mencari tambahan modal dengan mengajukan ke bank-bank konvensional maupun bank pasar yang menggunakan praktik ribawi.²¹

Penelitian lain oleh Putri (2021) yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Ritel Berbasis Syariah”, Pada penelitian ini diperoleh temuan bahwa Muslim Mart Gunungpati Semarang merupakan sebuah usaha di sektor ritel yang beroperasi dengan prinsip Islami. Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Muslim Mart Gunungpati Semarang telah mengimplementasikan lima prinsip etika bisnis Islam dalam beberapa aspek yang menjadi ukuran kemajuan bisnis, yaitu modal, pendapatan, volume penjualan, dan jumlah tenaga kerja. Keselarasan dengan etika bisnis Islam yang diterapkan di Muslim Mart Gunungpati Semarang dalam menjalankan operasionalnya terlihat dari berbagai aspek, karena Muslim Mart mengedepankan nilai-nilai syariah Islam dalam segala aktivitasnya. Hal ini terlihat dari adanya pengajian dan pelatihan sebelum melakukan transaksi jual beli setiap hari. Namun, penelitian ini masih terbatas pada teori etika bisnis Islam yang lebih umum, sehingga tidak terfokus pada satu tokoh tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menekankan pada pemikiran Al-Ghazali yang menjadi pembeda, sehingga permasalahan etika bisnis Islam dalam suatu usaha menjadi lebih jelas.²²

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan sebagai penghubung untuk konsep-konsep etika dari tradisi Islam perspektif Al-Ghazali pada sebuah pasar khususnya dalam konteks perdagangan di pasar tradisional. Pasar Ikan Hias Johar

²¹ Rochmat Taufiq, “Penerapan Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Gazali Di Kalangan Paguyuban Pedagang Kaki Lima Berjan”, UII Yogyakarta (2020)

²² Putri Rizki Angreani, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Ritel Berbasis Syariah”, UIN Walisongo Semarang (2021)

Semarang adalah contoh nyata di mana prinsip-prinsip etika ini dapat diuji dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan semakin meningkatnya persaingan dan tekanan ekonomi, sangat penting bagi para pelaku usaha untuk memahami dan menerapkan etika bisnis yang kuat, yang tidak hanya berdampak positif pada hubungan mereka dengan konsumen tetapi juga pada keberlanjutan bisnis mereka secara keseluruhan. Mengusung perspektif etika bisnis Islam menurut Al-Ghazali, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan yang lebih mendalam dan aplikatif bagi pelaku usaha dalam menerapkan prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial dalam aktivitas mereka.

Penelitian ini dilakukan di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, yang dikenal sebagai pusat perdagangan ikan hias terbesar di kota ini. Lokasi ini dipilih karena perannya yang signifikan dalam ekonomi lokal dan keragaman pedagang yang beroperasi di sana. Selain itu, pasar ini juga menyediakan lingkungan yang ideal untuk mengkaji implementasi etika bisnis Islam perspektif Al-Ghazali dalam praktik perdagangan pasar.

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut, peneliti bermaksud mengkaji dan menganalisis masalah yang berkenaan dengan konsep etika bisnis Islam pada perspektif Al-Ghazali untuk memahami praktik bisnis pada pedagang pasar ikan hias di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, dalam bentuk skripsi atau tugas akhir yang berjudul: **“Implementasi Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali Pada Pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang”**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori dan praktik etika bisnis Islam, serta dengan harapan dapat memberikan wawasan baru bagi kajian etika bisnis Islam dan praktik perdagangan yang lebih etis.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang di tinjau dari perspektif Al-Ghazali?
2. Bagaimana analisis peluang dan tantangan bisnis di Pasar Ikan Hias Johar Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1) Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang di tinjau dari perspektif Al-Ghazali

2. Mengetahui bagaimana peluang dan tantangan bisnis di Pasar Ikan Hias Johar Semarang

2) Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi kemajuan studi etika bisnis dalam perspektif Islam serta menambah pengetahuan akademis di bidang tersebut, terutama dalam penerapan prinsip-prinsip etika menurut Al-Ghazali. Temuan dari penelitian ini akan memberikan wawasan lebih dalam mengenai cara konsep-konsep etika bisnis Islam dapat diterapkan dan dilaksanakan dalam industri ikan hias, yang dapat dijadikan acuan bagi penelitian-penelitian di masa mendatang.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Pelaku Bisnis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan arahan praktis dan wawasan bagi pelaku usaha dalam membangun kerjasama yang solid dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dengan pemahaman yang lebih mendalam terhadap etika dalam bisnis, para pengusaha dapat memperbaiki relasi dengan konsumen, menciptakan suasana bisnis yang lebih adil, serta mendorong keberlangsungan dan pertumbuhan usaha mereka. Selain itu, penelitian ini juga memberikan panduan bagi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang terkait cara menerapkan etika bisnis Islam yang sejalan dengan nilai-nilai Islam dan moral yang umum. Penelitian ini juga berkontribusi dalam menghadapi tantangan yang mungkin muncul di masa depan.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan manfaat dari penelitian ini dapat memberikan tambahan kontribusi secara teoritis dan data empiris yang akan memperkaya literatur di bidang yang terkait. Penelitian ini bisa menjadi landasan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut tentang etika bisnis Islam dari sudut pandang Al-Ghazali, terutama dalam hal penerapan teori-teori etika di pasar ikan hias.

3. Bagi Penulis

Manfaat penelitian ini adalah untuk memperluas pemahaman, khususnya dalam menyelesaikan permasalahan etika dalam konteks bisnis.

Ini bertujuan untuk menghubungkan teori yang dipelajari di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di suatu organisasi atau masyarakat.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk menyusun kajian ini, di mana peneliti berusaha menemukan berbagai studi yang telah dilakukan berkaitan dengan isu yang sedang diteliti. Peneliti mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang relevan untuk dihadirkan, khususnya mengenai penerapan etika bisnis Islam di berbagai bidang serta sudut pandang yang dapat membantu peneliti dalam memadukan teori dengan temuan studi sebelumnya untuk tujuan referensi, perbandingan, atau perbaikan dalam tinjauan literatur. Berikut adalah penelitian-penelitian sebelumnya yang digunakan oleh peneliti sebagai bahan pustaka dan dianggap cocok serta relevan dengan tema yang dibahas. Tema tersebut berfokus pada bisnis, etika, dan pedagang tradisional. Beberapa karya ilmiah sebelumnya yang penulis hubungkan dengan permasalahan penelitian ini, antara lain:

Tabel 1.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu

| No | Nama | Tahun | Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--|-------|--|---|--|
| 1. | Sofil Fikri ²³ | 2021 | Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Bisnis Online Antaradinhijabs | Metodelogi, analisis, dan tinjauan. | Objek penelitian, Teknik analisis data, Teori yang digunakan penulis menggunakan teori Al-Ghazali, |
| 2. | Nur Manna Silviyah, Novieati Dwi Lestari ²⁴ | 2022 | Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam | Tinjauannya sama-sama membahas tentang etika, | Objek dan jenis penelitian berbeda. Peneliti menggunakan |

²³ Sofil Fikri, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Bisnis Online Antaradinhijabs", Jurnal Digilib UINSA, 2021

²⁴ Nur Manna Silviyah, Novieati Dwi Lestari, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM", Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam, Vol. 10, Januari 2022.

| | | | | | |
|----|------------------------------------|------|---|--|--|
| | | | Meningkatkan UMKM | Metode Penelitiannya | penelitian lapangan. Teknik analisis data |
| 3. | Widiani Tite Kanaya ²⁵ | 2021 | Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional dalam Persepektif Ekonomi Islam | Metode penelitian yang digunakan sama, Objek penelitian sama-sama mengacu pada Pasar tradisional | Teori yang digunakan peneliti menggunakan teori Al-Gazali, Teknik analisis |
| 4. | Siska Yuli Anita ²⁶ | 2022 | Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM Keripik Pisang di Jl. ZA. Pagar Alam) | Penggunaan konsep etika bisnis Islam dan Metode penelitian | Objek Penelitian, Teknik Analisis Fokus bahasan pada penelitian tersebut yaitu Strategi Persaingan Usaha, sedangkan focus penulis pada implementasi etika bisnis Islam dengan teori Al-Ghazali |
| 5. | Abdul Qodir Djaelani ²⁷ | 2021 | Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan | Penggunaan konsep etika bisnis Islam | Metode Penelitian, Objek penelitian, pokok |

²⁵ Widiani Tite Kanaya, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dalam Persepektif Ekonomi Islam", UIN Raden Intan Lampung, 2021

²⁶ Siska Yuli Anita, "Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM ...)", Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 8, No. 01 (2022): 352–362

²⁷ Abdul Qodir Djaelani, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Modal Usaha Terhadap Keuntungan Usaha (Studi Kasus Pada Koperasi Mahasiswa Walisongo Tahun 2020)", Jurnal UIN Walisongo Semarang, 2021

| | | | | | |
|----|---|------|--|---|--|
| | | | Modal Usaha Terhadap Keuntungan Usaha (Studi Kasus Pada Koperasi Mahasiswa Walisongo Tahun 2020) | | bahasan yang terdapat pada penelitian ini terfokus pada modal usaha dan keuntungan usaha |
| 6. | Andriansyah Sulisty Maulana, Khusnul Fikriyah ²⁸ | 2021 | Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pembudidaya Ikan Guppy (Studi Pada Guppyjunior Surabaya) | Metode penelitian, dan penggunaan konsep etika bisnis Islam | Tinjauan dan Teori yang digunakan peneliti menggunakan teori Al-Gazali, Teknik analisis |
| 7. | Siti Aisyah, Suhar, dan Saijun ²⁹ | 2023 | Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Sungai Bengkal) | Menggunakan konsep etika bisnis islam, Metode penelitian, serta Objek penelitian sama-sama mengacu pada Pasar tradisional | Teori yang digunakan peneliti menggunakan teori Al-Gazali, Teknik analisis |
| 8. | Mariani ³⁰ | 2023 | Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan | Penggunaan konsep etika bisnis Islam | Metode Penelitian, Objek Penelitian, Fokus bahasan pada |

²⁸ Andriansyah S. M., Khusnul F., “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pembudidaya Ikan Guppy (Studi Pada Guppyjunior Surabaya)”, Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 4 (3), 2021, hlm. 41– 52

²⁹ Siti A., Suhar, Saijun, “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Sungai Bengkal)”, Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 3, September 2023

³⁰ Mariani, “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Ritel Berbasis Syariah”, Jurnal Repository IAIN Pare, 2021

| | | | | | |
|-----|------------------------------|------|---|--|---|
| | | | Konsumen di <i>AW Factory</i> | | penelitian tersebut yaitu Kepuasan Konsumen |
| 9. | Saifudin Yusuf ³¹ | 2021 | “Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Ngunut)” | Metode penelitian, Objek penelitian sama-sama mengacu pada Pasar tradisional | Teknik analisis, Mengkaji praktik etika bisnis syariah, sedangkan peneliti mengkaji implementasi etika bisnis islam dengan teori Al-Ghazali |
| 10. | Siti Hofifah ³² | 2021 | “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman di Ngebel Ponorogo Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam” | Tinjauan etika bisnis Islam, dan metode penelitian | Fokus bahasan terdapat pada persaingan usaha, sedangkan peneliti pada implementasi etika bisnis, dan objek penelitian, Teknik Analisis |

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam skripsi ini peneliti memakai jenis penelitian data kualitatif, dimana hal tersebut merupakan prosedur riset yang menghasilkan informasi data deskriptif berbentuk kalimat yang tertulis maupun lisan melalui individu yang bisa diamati dan ditunjukkan secara utuh. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan

³¹ Saifudin Yusuf, “Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Ngunut)”, Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), Vol. 6, No. 2 (2021):169-177

³² Siti Hofifah, “Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam”, Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Vol. 3, No. 2 (2020): 37–44.

pemahaman yang mendalam mengenai masalah-masalah manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari sebuah realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya. Karena peneliti menginterpretasikan bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekeliling, dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka. Penelitian dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah (*naturalistic*) bukan hasil perlakuan (*treatment*) atau manipulasi variable yang dilibatkan.³³ Karenanya, peneliti tertarik untuk memahami serta mendeskripsikan apa yang dipahami serta menjadi gambaran tentang objek penelitian. Melalui penelitian kualitatif berikut, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara mendalam tentang bagaimanakah implementasi etika bisnis Islam perspektif Al-Ghazali pada pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang.

2. Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, sumber data merupakan asal dari mana informasi dikumpulkan. Ketika melakukan survei, sumbernya bisa berasal dari lokasi tertentu atau individu yang memberikan informasi mengenai data. Berikut adalah sumber data yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Data Primer

Penelitian ini memanfaatkan data primer. Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber utama. Data tersebut dikumpulkan melalui wawancara dan pengamatan. Untuk mengumpulkan data primer, peneliti berinteraksi dengan penjual di Pasar Ikan Hias Johar Semarang. Proses pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, di mana teknik ini dipakai untuk mendapatkan subjek penelitian untuk tujuan tertentu dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, bukan berdasarkan populasi atau secara acak. Dalam penelitian kualitatif, karakteristik khusus dari purposive sampling menurut Lincoln dan Guba meliputi:³⁴

1. Desain sampling yang sementara.
2. Seleksi unit sampling secara berurutan.

³³ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif", Yogyakarta: Jurnal Humanika UNY, Vol. 21, No. 1, 2021, h. 36

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 93

3. Penyesuaian atau ‘focusing’ dari sampel sesuai kebutuhan.
4. Pemilihan hingga mencapai titik redundansi.

Oleh karena itu, peneliti berusaha untuk mencari informan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Narasumber yang ideal dalam studi ini adalah penjual di Pasar Ikan Hias Johar Semarang yang memiliki pengalaman berdagang di atas 5 tahun.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersumber dari data-data dokumen. Data dokumen yang dimaksud disini adalah data yang bersumber dari buku, laporan hasil penelitian, jurnal, dan lain-lain.³⁵ Dalam penelitian ini, sumber data sekunder diambil dari referensi yang telah tersedia sebelum studi dilakukan, mencakup buku, jurnal, penelitian sebelumnya, internet, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan judul riset, dan literatur yang relevan tentang etika bisnis Islam, teori Al-Ghazali, dan kajian sebelumnya mengenai pasar tradisional.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pada dasarnya penelitian secara objektif mengumpulkan data yang sebenarnya. Kemudian data yang diperoleh dalam penelitian ini diantaranya:

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan informasi yang mengharuskan peneliti untuk hadir secara fisik di lokasi untuk melihat berbagai aspek terkait ruang, tempat, orang, aktivitas objek, waktu, peristiwa, tujuan, dan emosi. Pengumpulan data observasi dalam penelitian kualitatif deskriptif berupa pengamatan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung di lapangan. Observasi merupakan mengamati berbagai kejadian atau gejala yang terjadi terkait dengan apa tujuan penelitian.³⁶ Dalam penelitian ini, peneliti mencatat bahwa objek yang berhubungan menunjukkan hasil yang lebih baik. Peneliti membuat keputusan ini setelah mempelajari data, informasi, dan fakta yang diperoleh dari penelitian ilmiah dengan cara yang optimal. Dengan metode ini, situasi yang terjadi di lapangan dapat dipahami secara langsung dan realistis.

³⁵ Kaharuddin, “Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi”, Makassar, Equilibrium: Jurnal Pendidikan, Vol. IX, Issu 1, Jan-April 2021, h. 4.

³⁶ Ibid. h. 5

Tujuan utama dari observasi adalah untuk memberikan deskripsi mengenai area yang diteliti beserta aktivitas yang terjadi serta pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Selain itu, juga bertujuan untuk mendapatkan sudut pandang pribadi dalam menganalisis suatu peristiwa. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipatif, di mana peneliti ikut serta dalam aktivitas sehari-hari di pasar ikan hias untuk melihat bagaimana para penjual menerapkan prinsip etika bisnis Islam. Peneliti juga mengamati interaksi antara pedagang dan pelanggan serta antar pedagang ikan hias mengenai penerapan etika bisnis Islam dari sudut pandang Al-Ghazali. Observasi ini hanya digunakan untuk melengkapi hasil wawancara dan dokumentasi yang ada.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab yang berlangsung secara verbal antara pewawancara yang bertanya dan narasumber yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut. Wawancara memungkinkan untuk mendapatkan pemahaman yang berasal dari kejadian yang melibatkan interaksi tertentu. Pengumpulan data lewat wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengacu pada instrumen kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti dan sudah di validasi oleh pakar yang terkait.³⁷

Dalam penelitian kualitatif, wawancara merupakan metode yang sangat penting. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa untuk menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara semi terstruktur atau wawancara mendalam untuk mengeksplorasi masalah secara lebih terbuka, di mana narasumber diajak untuk memberikan pendapat dan ide-ide mereka. Tanggapan yang diperoleh dalam penelitian ini juga disampaikan dengan bahasa yang sopan. Oleh karena itu, untuk melengkapi hasil penelitian dan memperjelas data yang ada, perlu dilakukan wawancara. Maka, penelitian ini melakukan wawancara dengan para pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kumpulan data yang mencakup catatan, tulisan, dan gambar, seperti buku, majalah, surat kabar, dokumen, catatan harian, dan sejenisnya.³⁸ Dokumentasi berfungsi sebagai pelengkap dalam pengumpulan

³⁷ Ibid.

³⁸ Ibid.

data yang dilakukan melalui observasi dan wawancara. Temuan peneliti dari observasi dan wawancara menjadi lebih bisa dipercaya dan akurat jika didukung dengan dokumentasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi dalam bentuk foto sebagai data pendukung untuk memperkuat teknik pengumpulan data.

4. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, pendekatan analisis data bersifat konstruktif dan menggunakan data kualitatif untuk merumuskan serta mengidentifikasi teori sosial. Tujuan utamanya adalah untuk menyusun data yang telah diperoleh, yang terdiri dari catatan lapangan, respons peneliti, gambar, foto, dokumen, artikel, dan lain-lain. Selain itu, peneliti juga melakukan reduksi data sebagai langkah untuk merangkum dan memilah hal-hal yang pokok serta fokus pada isu yang signifikan dengan mencari tema atau pola yang ada.

Analisis deskriptif kualitatif merupakan metode analisis data yang dihasilkan dari dokumentasi, observasi, wawancara, dan mencakup tanggapan informan selama wawancara lisan. Dalam penelitian ini, digunakan metode analisis deskriptif. Penulis menerapkan prosedur analisis deskriptif, yaitu cara atau metode untuk menyelesaikan masalah penelitian dengan menjelaskan kondisi objek yang diteliti (seperti individu, lembaga, masyarakat, dan sebagainya) sesuai dengan keadaan yang ada serta bersumber dari fakta akurat saat ini. Melalui analisis deskriptif, semua data penelitian yang telah dikumpulkan akan dianalisis secara kualitatif dengan menjelaskan isu-isu secara jelas dan rinci. Peneliti mengumpulkan informasi dari para pedagang ikan hias di Ikan Hias Johar Semarang.

F. Sistematika Penulisan

Pada penyusunan skripsi diperlukan pembahasan yang sistematis untuk memperjelas isi skripsi ini. Maka peneliti menyusun sistematikanya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjabarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan serta kebermanfaatan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian (jenis serta pendekatan yang dilakukan dalam riset, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data), dan yang terakhir sistematika penulisan skripsi.

Bab II Landasan Teori

Dalam bab ini berisi landasan teori yang berkenaan dengan pembahasan permasalahan yang dikaji periset, landasan ini yang di pakai untuk menganalisis data dalam laporan penelitian, yang mencakup teori yang berkenaan dengan etika bisnis islam menurut perspektif Al-Ghazali.

Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini berisikan penjabaran mengenai objek penelitian terkait gambaran umum dan profil Pasar Ikan Hias Johar Semarang, visi misi Pasar Ikan Hias Johar Semarang, struktur organisasi dan tugas, serta produk yang terdapat di Pasar Ikan Hias Johar Semarang.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini menjabarkan terkait hasil dan pembahasan data yang sejalan dengan dua rumusan permasalahan. Bab ini juga menjelaskan terkait analisis etika bisnis dalam persaingan usaha yang terjadi di Pasar Ikan Hias Johar Semarang.

Bab V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan serta saran terkait hasil penelitian itu, yang mempunyai tujuan untuk menjawab rumusan permasalahan riset serta di lengkapi juga dengan saran sebagai rekomendasi praktis atas hasil penelitian bagi pedagang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika Bisnis Islam

1. Etika

Menurut KBBI etika merupakan ilmu tentang suatu hal yang baik dan yang buruk, serta tentang hak dan kewajiban akhlak (moral).³⁹ *Wesber Dictionary* mengartikan tentang etika menggunakan ungkapan tentang suatu disiplin ilmu yang menerangkan tentang sesuatu hal yang baik dan hal yang buruk, kumpulan nilai moral atau prinsip atau mengetahui perbedaan mana tugas dan mana kewajiban moral.⁴⁰

Sedangkan etika berdasarkan praktis memiliki makna suatu nilai dan norma moral yang baik itu di praktikkan ataupun tidak di praktikkan meskipun seharusnya di praktikkan. Dengan kata lain secara praktis etika merupakan sebuah moralitas atau moral. Suatu hal yang harus dilakukan, dan tidak boleh dilakukan, serta layak dilakukan ataupun suatu hal yang bersangkutan dengan rasa.⁴¹ Istilah etika sering diartikan dengan *standard of conduct* yang mempengaruhi suatu individu, etika juga merupakan suatu studi yang berkenaan dengan perbuatan yang sah dan benar serta moralitas yang dilakukan oleh seseorang. Pada pengertian yang lebih tegas dan jelas, maka dapat di artikan bahwa etika merupakan *the systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc. And of the general principles which justify usin applying them to anything; also called moral philosophy* (etika adalah suatu studi sistematis terkait tabiat konsep-konsep nilai, tentang baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya. Dan prinsip secara umum yang dapat membenarkan kita guna mengaplikasikannya atas apapun itu).⁴²

2. Bisnis

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan nilai plus melalui sebuah proses pelayanan jasa, maupun perdagangan barang, dan produksi. Bisnis ketika ditilik secara terminologi merupakan sebuah aktivitas yang

³⁹ KBBI, “*Kamus Besar Bahasa Indonesia*”, Jakarta, Balai Pustaka, 1989, hlm. 145

⁴⁰ Sofyan S Harahap, “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 15.

⁴¹ K. Bertenz, “*Etika*”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 22.

⁴² Hamzah Ya’kub, “*Etika Islam: Pembinaan Akhlakul Karimah*”, (Bandung: CV, Diponegoro, 1993), hlm. 12

berupa penyediaan suatu jasa, penjualan barang, dan industri atau proses produksi yang memiliki tujuan untuk memaksimalkan dan mengoptimalkan nilai keuntungan.⁴³ Secara terminology bisnis memiliki beberapa arti yaitu perdagangan, usaha, perusahaan, toko, urusan, tugas, hak, usaha komersial, usaha dagang, dalam dunia perdagangan atau bidang usaha.⁴⁴

Bisnis adalah suatu aktivitas yang telah dilakukan selama berabad-abad dan sejalan perkembangan peradaban. Proses yang dimulai dari produksi, distribusi, pengadaan barang dan jasa dari satu pihak ke pihak lain yang memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan dan kesejahteraan. Menurut pemikiran Redi Panju bisnis yaitu suatu interaksi yang terjadi karena adanya kebutuhan yang tidak dapat dicapai sendirian oleh seorang individu.⁴⁵ Kegiatan ekonomi yang diantaranya adalah tukar menukar, jual beli, produksi, distribusi, marketing, bekerja dan mempekerjakan adalah sebuah aktivitas dari suatu bisnis yang memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dan kesejahteraan.⁴⁶

3. Etika Bisnis Islam

Menurut K. Bertens (2000) dalam buku Etika, merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian juga. Pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Kedua, etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. Ketiga, etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk. Rafik Issak Beekum mengatakan Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.⁴⁷

Etika bisnis merupakan prinsip-prinsip moral atau aturan tingkah laku atau kaidah-kaidah etik yang dianut dalam berbisnis menurut Dochak Latief. Menurut Ernawan yang dikutip dalam Ernani, etika bisnis adalah aturan main prinsip dalam organisasi yang menjadi pedoman membuat keputusan dan tingkah laku.

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al Islamiyah*) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal

⁴³ Muhammad, "Etika Bisnis Islam", (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), hlm. 94.

⁴⁴ KBBI, "Kamus Besar Bahasa Indonesia", Jakarta, Balai Pustaka, 1989, hlm. 121

⁴⁵ Redi Panuju, "Etika Bisnis", (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 1995), hlm. 137.

⁴⁶ I. N Fauzan, "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H.Slamet di Kota Malang", Jurnal Modernisasi, Volume 10, No. 01, Juni 2014, hlm. 38-55

⁴⁷ Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. Hlm. 37

dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangnya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan sunnaterrasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.

Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi, melainkan juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para stakeholdersnya. Bisnis tidak dipandang secara sempit dengan tujuan memaksimalkan nilai (ekonomi) bagi pemiliknya, tetapi bisnis harus tetap mempertimbangkan segala sesuatu yang mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut. Tujuan bisnis untuk memaksimumkan keuntungan bagi pemilik perusahaan dapat dicapai secara lebih baik yaitu dengan memperhatikan manusia, memanusiakan manusia dan melakukan Langkah-langkah yang harmonis dengan seluruh *stakeholders*, seluruh partisipan dan lingkungan tempat perusahaan berada.

Istilah bisnis dalam Al-Qur'an yaitu al-tijarah dan dalam bahasa arab tijaraha, berawal dari kata dasar *t-j-r*; *tajara*, *tajranwatijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga. *At-tijaratunwalmutjar* yaitu perdagangan, perniagaan (menurut kamus al-munawwir). Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam al-mufradat fi gharib al-Qur'an, *at-Tijarah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Menurut Ibnu Farabi, yang dikutip ar-Raghib, *fulanuntajirun bi kadza*, berarti seseorang yang mahir dan cakap yang mengetahui arah dan tujuan yang diupayakan dalam usahanya.⁴⁸

Dengan demikian, bisnis dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang mencakup berbagai aspek, mulai dari pengolahan bahan mentah menjadi produk jadi, distribusi produk, penyediaan layanan, hingga kegiatan jual beli barang, atau aktivitas lain yang berkaitan dengan pekerjaan yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan.⁴⁹

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Gunadi Endro, "Redefinisi Bisnis; Suatu Penggalan Etika Keutamaan Aristoteles", Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo, 1999, hlm. 15

4. Landasan Hukum

Sudah menjadi hal yang pasti bahwa dasar hukum etika bisnis dalam Islam berasal dari Al-Qur'an dan sunnah Nabi. Oleh karena itu, setiap pemikiran atau ide yang berkaitan dengan masalah etika bisnis Islam harus bersumber dari kedua asal tersebut. Dalam Al-Qur'an, banyak hal yang berkaitan dengan larangan dan perintah dalam berbisnis telah dijelaskan. Firman Allah SWT dalam surah Al-Jumu'ah ayat 11:

وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ مِّنَ اللَّهْوِ
وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّزُقِينَ ﴿١١﴾

Artinya: “Apabila (sebagian) mereka melihat perdagangan atau permainan, mereka segera berpencar (menuju) padanya dan meninggalkan engkau (Nabi Muhammad) yang sedang berdiri (berkhotbah). Katakanlah, “Apa yang ada di sisi Allah lebih baik daripada permainan dan perdagangan.” Allah pemberi rezeki yang terbaik.” (Q.S. Al-Jumu'ah : 11)

Diriwayatkan oleh al-Bukhārī, Muslim, Ahmad, dan at-Tirmizī dari Jābir bin ‘Abdullāh bahwa ketika Nabi saw berdiri berkhotbah pada hari Jumat, tiba-tiba datanglah rombongan unta (pembawa dagangan), maka para sahabat Rasulullah bergegas mendatanginya sehingga tidak ada yang tinggal mendengarkan khotbah kecuali 12 orang. Saya (Jābir), Abu Bakar, dan Umar termasuk mereka yang tinggal, maka Allah Ta‘ala menurunkan ayat: *wa izā ra’au tijāratan au lahwan*, sampai akhir surah). Pada ayat ini Allah mencela perbuatan orang-orang mukmin yang lebih mementingkan kafilah dagang yang baru tiba dari pada Rasulullah, sehingga mereka meninggalkan Nabi saw dalam keadaan berdiri berkhotbah. Ayat ini ada hubungannya dengan peristiwa kedatangan *Dihyah al-Kalbī* dari Syam (Suriah), bersama rombongan untanya membawa barang dagangannya seperti tepung, gandum, minyak dan lain-lainnya.

Menurut kebiasaan apabila rombongan unta dagangan tiba, wanita-wanita muda keluar menyambutnya dengan menabuh gendang, sebagai pemberitahuan atas kedatangan rombongan itu, supaya orang-orang datang berbelanja membeli barang dagangan yang dibawanya. Selanjutnya Allah memerintahkan Nabi-Nya supaya menyampaikan kekeliruan perbuatan mereka dengan menegaskan bahwa apa yang di sisi Allah jauh lebih baik daripada keuntungan dan kesenangan dunia.

Kebahagiaan akhirat itu kekal, sedangkan keuntungan dunia akan lenyap. Ayat ini ditutup dengan satu penegasan bahwa Allah itu sebaik-baik pemberi rezeki. Oleh karena itu, kepada-Nyalah kita harus mengarahkan segala usaha dan ikhtiar untuk memperoleh rezeki yang halal, mengikuti petunjuk-petunjuk-Nya dan rida-Nya.⁵⁰

Mengenai norma, aturan, dan pedoman dasar Al-Qur'an yang harus diikuti oleh setiap individu dalam perdagangan, transaksi, dan khususnya dalam mencari rezeki adalah sebagai berikut:

- 1) Al-Qur'an mengajak kita untuk aktif bersedekah dan mewajibkan pembayaran zakat sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Al-Qur'an menyatakan bahwa harta yang diwariskan oleh seseorang yang telah meninggal dunia harus segera dibagikan kepada ahli warisnya. Ini dimaksudkan untuk memindahkan kepemilikan itu kepada orang lain dan untuk menciptakan kedamaian serta kebahagiaan dalam masyarakat.
- 3) Al-Qur'an memerintahkan kita untuk selalu bersikap baik kepada sesama manusia, terutama dalam usaha memperoleh kekayaan.
- 4) Al-Qur'an mengecam sifat dan tindakan kikir serta pelit, dan justru memuji sifat dermawan dan murah hati.
- 5) Al-Qur'an melarang praktik bisnis yang berkaitan dengan riba, sebaliknya, ia memperbolehkan jual beli selama kedua pihak memenuhi syarat yang harus diikuti, dan syarat tersebut tidak boleh untuk melegitimasi yang haram atau melarang yang halal.
- 6) Al-Qur'an memerintahkan kita untuk berlaku adil, baik, memberikan nafkah kepada kerabat, serta menghindari tindakan jahat, mungkar, dan kejahatan lainnya.
- 7) Al-Qur'an melarang tindakan yang merugikan orang lain, seperti pengkhianatan, penipuan dalam berbisnis, dan pengurangan takaran atau timbangan.

Dari pemahaman ini, jelas bahwa Islam memandang penting kegiatan bisnis sama seperti aspek muamalah lainnya. Islam sangat peduli terhadap ekonomi, sebagaimana pentingnya topik mengenai kehidupan setelah mati. Bahkan

⁵⁰ NU Online, *Surah Al-Jumu'ah Ayat 11*, [Surat Al-Isra' Ayat 35: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online](#), diakses pada tanggal 30 Desember. 24, pada pukul 20.42m

bisa dikatakan bahwa etika bisnis dalam Islam merupakan bagian dari ibadah.⁵¹ Dalam praktik ekonomi, terdapat banyak aturan yang harus diikuti mengenai hal-hal halal dan haram. Salah satu hadits yang sering dirujuk terkait rezeki adalah yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad, Abu Daud, dan Tirmidzi. Rasulullah bersabda, “Sembilan dari sepuluh pintu rezeki itu berada dalam perniagaan.” (HR. Imam Ahmad, Abu Daud, dan Tirmidzi).

5. Fungsi dan Peranan Etika Islam Perdagangan

Perihal transaksi dalam Islam sangat jelas dalam penerapan aturannya. Ini karena dalam transaksi ada potensi besar terhadap tindakan kriminal ekonomi. Islam melarang segala bentuk perdagangan yang tidak adil, yang menyebabkan konflik dan perselisihan, serta praktik yang melibatkan unsur perjudian.⁵² Langkah ini diambil untuk membersihkan berbagai jenis perdagangan dari elemen-elemen yang tidak sehat dan berbahaya, serta mengarahkan kegiatan perdagangan kepada prinsip keadilan.

Dalam konteks Islam, memperoleh profit dari kegiatan perdagangan diperbolehkan selama sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan ditujukan untuk mendapatkan keuntungan. Namun, hal ini dapat menjadi suatu bentuk kezaliman jika keuntungan yang diambil terlalu besar. Selain itu, ada beberapa fungsi khusus yang dimiliki oleh etika bisnis dalam Islam, yaitu sebagai berikut:⁵³

- 1) Etika bisnis bertujuan untuk menemukan cara dalam menyatukan dan mengatur berbagai kepentingan dalam bisnis Islam.
- 2) Etika bisnis juga berkontribusi pada perubahan cara pandang masyarakat terhadap bisnis, terutama dalam konteks bisnis syariah. Proses ini biasanya mengarah pada pemahaman tentang bisnis dengan nilai moral dan spiritual sebagai dasar untuk memberikan wawasan dan perspektif baru mengenai bisnis yang diwujudkan dalam bentuk etika bisnis.
- 3) Etika bisnis, khususnya etika bisnis dalam Islam, memiliki peran dalam menyelesaikan permasalahan bisnis modern yang bertentangan dengan nilai-nilai etika. Dengan kata lain, bisnis yang beretika harus benar-benar berpegang pada sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.

⁵¹ Ibid, h. 29

⁵² Ibid, h. 54

⁵³ Johan Arifin, “*Etika Bisnis Islam*”, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 76.

6. Prinsip Dasar

Etika dalam Islam menempatkan manusia sebagai pusat dari alam semesta. Dengan posisi yang mulia ini, prinsip-prinsip etika bisnis Islam bertujuan menjaga kemuliaan manusia, baik di hadapan Allah maupun sesama. Syed Nawab Haidar Naqvi merumuskan empat prinsip utama etika bisnis Islam, yang juga menjadi pedoman seorang muslim dalam aktivitas bisnisnya. Prinsip-prinsip tersebut adalah tauhid (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan pertanggungjawaban (*responsibility*). Berikut penjelasannya

1) Tauhid (*Unity*)

Tauhid adalah konsep yang sangat khusus. Di titik ini, perbedaan antara pencipta dan ciptaannya menjadi jelas. Terkait dengan keberadaan manusia, konsep ini juga memberikan dasar perpaduan yang kuat, karena semua manusia disatukan dalam kepatuhan kepada-Nya. Dalam pemahaman yang lebih dalam, tauhid menjelaskan dimensi vertikal Islam yang mengintegrasikan aspek politik, ekonomi, sosial, dan agama dalam kehidupan manusia menjadi sesuatu yang konsisten secara internal dan eksternal, serta sejalan dengan alam yang lebih luas.⁵⁴

Prinsip tauhid tidak hanya mendukung hubungan yang harmonis di dalam elemen masyarakat, tetapi juga antara berbagai masyarakat yang bersifat universal.⁵⁵ Konsep ekonomi Islam adalah pandangan tentang ekonomi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Pandangan ini berakar pada prinsip tauhid,⁵⁶ yang mengaitkan agama, ekonomi, dan sosial untuk menciptakan sebuah kesatuan. Dari sudut pandang ini, etika memiliki keterkaitan dengan ekonomi atau bisnis, baik secara vertikal maupun horizontal, menciptakan sebuah kesamaan yang sangat penting dalam sistem Islam yang terintegrasi dan tidak terputus.

Berdasarkan asas ini, seorang pengusaha Muslim saat menjalankan kegiatan bisnisnya seharusnya tidak melakukan setidaknya tiga hal: Pertama, tidak mendiskriminasikan pekerja, penjual, atau pembeli berdasarkan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. Kedua, tidak terpaksa melakukan

⁵⁴ Ibid, h. 31

⁵⁵ Ibid, h. 33

⁵⁶ Singgih Muheramtohad, Fita Nurotul Faizah, "PEMIKIRAN EKONOMI KARL MARX MENURUT KONSEP EKONOMI ISLAM", Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman, Vol. 12, No. 1, Desember 2022, h.190

praktik bisnis yang tidak etis. Ketiga, tidak serakah atau menimbun kekayaan, karena pada dasarnya kekayaan adalah amanah dari Allah.

2) Keseimbangan (*Equilibrium*)

Jika kesatuan dianggap sebagai dimensi vertikal dalam Islam, maka keseimbangan adalah dimensi horizontal. Pada tingkat relatif, sifat keseimbangan seharusnya mencirikan semua ciptaan-Nya yang benar-benar mencerminkan sifat-sifat-Nya. Keseimbangan juga perlu terwujud dalam kehidupan kita. Dalam diri kita, harus terjalin keseimbangan yang konsisten agar tercipta individu yang adil.

Prinsip keseimbangan dan keadilan dalam dunia bisnis dijelaskan dengan jelas dalam konteks pengelolaan bisnis, sehingga pengusaha Muslim dapat memperbaiki ukuran dan menimbang dengan skala yang tepat, karena semua itu merupakan perilaku terpuji yang menghasilkan konsekuensi positif.

3) Kehendak Bebas (*Free will*)

Dalam pandangan Islam, manusia dianggap sebagai makhluk yang memiliki kebebasan memilih, meskipun pada dasarnya hanya Tuhan yang memiliki kebebasan penuh. Namun, manusia hanya bebas dalam batasan yang ditentukan oleh pencipta-Nya. Manusia diberikan kebebasan untuk bertindak sesuka hati, serta untuk memilih antara beriman atau tidak, tetapi setiap pilihan tentunya memiliki konsekuensinya, dan setiap individu akan diminta pertanggungjawaban atas pilihan tersebut.⁵⁷

Demikian pula dalam dunia bisnis, sesuai dengan prinsip kebebasan memilih ini, individu memiliki hak untuk membuat kesepakatan, termasuk keinginan untuk memenuhi atau mengingkarinya. Seorang Muslim yang meyakini kehendak Allah tidak akan melanggar dan akan menghormati janji yang telah dibuat.

4) Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Prinsip ini mengenai tanggung jawab muncul sebagai akibat logis dari adanya pilihan bebas. Karena manusia memiliki kebebasan, mereka wajib bertanggung jawab atas segala tindakan yang mereka ambil. seperti yang disampaikan dalam Q.S. An-Nisa (4) ayat 65:

⁵⁷ M. Toriq Nurmadiansyah, *Etika Bisnis Islam Konsep dan Praktek*, (Yogyakarta: CV Media Pustaka, 2021), h. 38

فَلَا وَرَبِّكَ لَا يُؤْمِنُونَ حَتَّىٰ يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ ثُمَّ لَا يَجِدُوا فِي أَنفُسِهِمْ حَرَجًا

أُمَّاقْصِيَّتٍ وَيُسَلِّمُوا تَسْلِيمًا ﴿٦٥﴾

Artinya: “Maka demi tuhanmu, mereka (pada hakekatnya) tidak beriman hingga mereka menjadikan kamu hakim terhadap perkara yang mereka perselisihkan, kemudian mereka tidak merasa dalam hati mereka sesuatu keberatan terhadap putusan yang kamu berikan, dan mereka menerima dengan sepenuhnya” (Q.S. An-Nisa’: 65)

Ayat ini menegaskan dengan bersumpah bahwa meskipun ada individu yang mengaku sebagai orang beriman, mereka sebenarnya tidak bisa dianggap beriman jika mereka tidak bersedia merujuk kepada Rasul. Rasulullah saw pernah membuat keputusan dalam sengketa yang muncul di antara mereka, seperti yang terjadi dengan orang-orang munafik. Atau mereka mungkin merujuk kepada Rasul tetapi jika hasilnya tidak sesuai dengan harapan mereka, mereka merasa keberatan dan tidak setuju dengan keputusan tersebut, seperti yang terjadi dalam kasus Nabi dengan Az-Zubair bin Awwam ketika seorang pria dari kalangan Ansar datang untuk meminta keputusan kepada Rasulullah. Jadi, seseorang yang benar-benar beriman harus mau merujuk kepada Rasulullah dan menerima keputusannya sepenuh hati, tanpa rasa curiga atau keberatan. Keputusan seorang hakim, baik dia seorang Rasul atau bukan, seharusnya didasarkan pada fakta dan bukti yang memadai.⁵⁸

Kebebasan harus disertai dengan tanggung jawab jika aturan keseimbangan alami diikuti; setelah menentukan pilihan antara baik dan buruk, manusia diharuskan untuk menerima akibatnya. Konsep tanggung jawab adalah prinsip yang dinamis yang berkaitan dengan tindakan manusia.

B. Etika Bisnis Menurut Imam Al-Ghazali

1. Riwayat Al-Ghazali

Nama lengkap Al-Ghazali adalah Muhammada ibnu Muhammad Abu Hamid Al-Ghazali Al-Thu’si Al-Syafi’i, dan ia dikenal sebagai imam besar atau Hujjah Al-Islam. Al-Ghazali dilahirkan pada tahun 450 H/1058 M di sebuah desa

yang bernama Gazalah, Tusia. Sejak kecil, Al-Ghazali sudah dikenali sebagai anak yang menyukai ilmu dan sangat antusias dalam mencari kebenaran sejati.⁵⁹ Al-Ghazali wafat di Thus pada 14 Jumadal Akhir 505 H/1111 M. Ia merupakan seorang ilmuwan dan penulis yang sangat produktif, yang memberikan dampak besar terhadap perkembangan ilmu pengetahuan serta menarik perhatian dunia, baik dari kalangan muslim maupun non-muslim. Di abad pertengahan, diperkirakan bahwa pikiran-pikiran Raymond Martin, Thomas Aquinas, dan Pascall banyak terpengaruh oleh ide-ide Al-Ghazali.⁶⁰

2. Etika Bisnis Menurut Imam Al-Ghazali

Al-Ghazali dalam pandangannya tentang ekonomi bisnis mengambil pendekatan tasawuf, sebab pada waktu itu orang-orang kaya serta pejabat pemerintah yang memiliki kekuasaan, memiliki citra yang kuat dan sulit menerima metode fiqh maupun filosofis mengenai *yaum al-hisab* (hari pembalasan), yang beliau uraikan dalam karya-karyanya di kitab *Ihya' Ulum al-Din*. Seperti para ilmuwan sebelumnya, Al-Ghazali tidak terbatas pada satu disiplin ilmu, melainkan mencakup semua aspek kehidupan manusia. Ia melakukan penelitian yang luas dan mendalam dalam studi Islam untuk mempertahankan prinsip-prinsip ajaran Islam. Oleh karena itu, pemikirannya di sektor ekonomi-bisnis tercermin dalam beragam kajian fiqh karena aspek ekonomi bisnis dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari fiqh Islam. Selain itu, dari sudut pandang umum terhadap wawasan sosioekonomi Al-Ghazali, bisa diidentifikasi beberapa konsep dan prinsip ekonomi yang khusus. Beberapa isu ekonomi yang dapat diangkat dari pemikiran Al-Ghazali mencakup pertukaran sukarela, perkembangan pasar, kegiatan produksi, barter serta pergeseran uang, dan juga peran pemerintah serta keuangan publik.⁶¹

Berikut adalah gagasan Al-Ghazali tentang etika yang harus disertakan dalam aktivitas bisnis:

- a. "أَنْ لَا يَتْنِي عَلَى السِّلْعَةِ بِمَا لَيْسَ فِيهَا"⁶² (Tidak memuji barang yang di jualnya)

⁵⁹ Tim Penyusun Ensiklopedi Islam, *Ensiklopedi Islam*, (Jakarta: Van Hoeve Letiar Baru. 1997), cet. Ke 4. hlm. 25

⁶⁰ Dzaki, A., "Etika Bisnis Dalam Perspektif Pemikiran Al-Ghazali", *Jurnal At-Taahdzib* Vol.1 No.1, 2013, hlm. 1-20.

⁶¹ Fitriani, Sri Deti, dan Sri Sunantri, "Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali Dan Yusuf Al-Qaradhawi", *Jurnal Studi Islam Lintas Negara*, Vol. 4, No. 1, 2022, hlm. 61.

⁶² Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin*, Jilid II, Beirut: Dar Al-kotob Al-Ilmiyah, 2007, h. 76.

Salah satu ide utama Al-Ghazâlî berkaitan dengan ekonomi dan perdagangan adalah jika seseorang memuji barang yang dijualnya tetapi tidak sesuai dengan kenyataan, maka itu dianggap sebagai kebohongan. Di sisi lain, jika penjual terlalu berlebihan dalam memuji barang tersebut, maka hal itu dianggap sebagai pernyataan yang tidak didasari oleh niat baik dan termasuk dalam kategori pembicaraan yang tidak perlu. Setiap ucapan yang diungkapkan akan dimintai pertanggungjawaban, Allah SWT berfirman:

مَا يَلْفُظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ ﴿١٨﴾

Artinya: “Tiada suatu perkataan yang diucapkan manusia, melainkan di dekatnya ada pengawas, siap sedia (mencatatnya).”⁶³ (Q.S. Qaf : 18)

Berdasarkan penjelasan dalam tafsir Jalalyn mengenai ayat tersebut, artinya adalah (Tidak ada satu pun perkataan yang diucapkan tanpa adanya malaikat yang mengawasi), yaitu malaikat yang mencatat perbuatan (yang selalu ada) bersama kita; kata *Raqiib* dan *'Atiid* memiliki arti yang menunjukkan keduanya.

Dari ayat ini, kita dapat memahami bahwa segala yang kita katakan akan dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga kita harus berbicara dengan jujur tentang barang yang kita tawarkan, kecuali jika pujian tersebut adalah untuk barang yang tidak dikenali oleh pembeli. Jika tidak diungkapkan, seperti yang terdapat pada sifat-sifat tersembunyi dari karakter seorang hamba, baik pria maupun wanita, tanpa berlebihan dan tanpa memperpanjang penjelasan serta bertujuan agar orang lain mengetahuinya. Oleh karena itu, jangan pernah bersumpah demi menarik perhatian pada barang yang dijual, karena jika ada kebohongan dalam sumpah tersebut, maka itu akan mendatangkan dosa yang besar. Jika sumpah itu benar, maka Allah SWT mengizinkannya untuk menepati sumpah tersebut dalam urusan dunia. Tanpa ada kebutuhan mendesak atau kepentingan, ia telah melakukan kesalahan kepada Allah SWT.⁶⁴

Dalam sebuah hadist dikatakan: "Siksaan neraka bagi pedagang yang bersumpah dengan mengatakan: “Ya, demi Allah!” serta “Tidak, demi Allah!” Dan siksaan neraka juga ditujukan kepada pekerja yang menyatakan, “besok

⁶³ Depag RI, Al-Qur’an ... , Surat Al-Qaf :18.

⁶⁴ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin Al-Ghazali*, Jilid II, Terj. Yakub Ismail, Singapore: Pustaka Nasional, 1998, h 45.

atau lusa!”. Terdapat pula hadist lain yang menyebutkan: “Sumpah yang tidak benar akan merugikan barang dagangan dan menghilangkan berkah.” Abu Hurairah r.a meriwayatkan dari Nabi Muhammad SAW, di mana beliau menjelaskan: “Ada tiga orang yang tidak akan diperhatikan oleh Allah SWT pada hari kiamat; yaitu orang yang kasar dan sombong, orang yang selalu mengingatkan tentang pemberiannya, dan orang yang menghabiskan harta sambil bersumpah.”⁶⁵

Memberikan pujian yang berlebihan terhadap suatu barang itu makruh, karena hal tersebut sebenarnya tidak diperlukan. Diceritakan dari Yunus bin Ubaid, seorang pedagang sutra, suatu ketika seseorang datang ingin membeli sutra darinya. Kemudian ia memperlihatkan sutra tersebut melalui pelayannya yang baik dan yang tidak baik, dan pelayan itu berkata: 'Wahai Allah, Tuhan kami! Berikanlah kami rezeki!' Maka dia berkata kepada pelayannya: 'Kembalikanlah sutra ini ke tempatnya!' Ia enggan menjualnya, karena khawatir hal itu bisa dianggap sebagai sebuah penghinaan terhadap barang yang dijual.⁶⁶ Orang-orang semacam ini adalah mereka yang berdagang di dunia tanpa mengorbankan keyakinan mereka dalam berbisnis. Mereka menyadari bahwa keuntungan di akhirat jauh lebih penting dibandingkan dengan laba duniawi.”⁶⁷

- b. **أَنْ يُظْهِرَ جَمِيعَ غُيُوبِ الْمَيْعِ حَفِيَّتَهَا وَجَلِيَّتَهَا وَلَا يَكْتُمُ مِنْهَا شَيْئًا** (Menyatakan segala kekurangan barang yang dijualnya, baik yang tersembunyi atau yang nyata terlihat dan tidak menyembunyikan sesuatu dari barang tersebut)⁶⁸

Pada poin ini merupakan keharusan, karena jika kita menyerahkan suatu barang yang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, itu termasuk kebohongan, dan hal itu bertentangan dengan prinsip mu'amalah. Seperti ketika salah satu sisi kain dibuka dan sisi lainnya disembunyikan, maka hal itu dianggap sebagai penipuan. Demikian juga jika kain tersebut diletakkan di tempat yang gelap. Selain itu, jika hanya satu sepatu atau selop dari sepasang

⁶⁵ Dirawikan Muslim dari Abu Hurairah.

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin*, Jilid II, Beirut: Dar Al-kotob Al-Ilmiyah, 2007, h. 77.

yang ditunjukkan sebagai yang terbaik, itu juga termasuk dalam kategori yang sama.⁶⁹

Dibuktikan haramnya penipuan itu oleh apa yang diriwayatkan bahwa Nabi SAW melalui seorang laki-laki penjual makanan. Beliau merasa tertarik kepada makanan itu. Lalu beliau memasukkan tangannya ke dalam dan merasakan basah, lalu bertanya:

“Apakah ini?” Laki-laki itu menjawab: “Kena hujan!” Lalu Nabi SAW menyahut, “Mengapa tidak kamu letakkan di atas makanan supaya dilihat orang? Barang siapa menipu kami, maka tidaklah ia daripada kami”.⁷⁰

Ketegasan dalam menjelaskan kelemahan-kelemahan juga telah dicatat, saat Nabi SAW menerima ikrar setia (bai'ah) Jurair untuk memasuki Islam, beliau berencana untuk meninggalkan tempat tersebut. Beliau kemudian menarik kain Jurair dan meminta Jurair agar bersikap tegas dalam bertransaksi untuk semua umat Islam. Jurair pun menjual barang dagangannya dengan mengungkapkan kekurangan-kekurangan yang ada, serta menjelaskannya. Pembeli kemudian diizinkan untuk memilih dengan mengatakan: "Jika kamu mau, ambillah; jika tidak mau, tinggalkanlah!". Namun, orang-orang memberi nasihat kepadanya: "Jika kau melakukan hal ini, jualanmu tidak akan sukses!".

Beliau menjawab: "Sesungguhnya kami telah mengikrarkan janji setia dengan Rasulullah SAW untuk menjelaskan dalam setiap transaksi pembelian bagi setiap muslim." Selanjutnya, Wailah bin Al-Asqa' berhenti di suatu tempat. Seorang pria menjual unta dengan harga tiga ratus dirham. Wailah yang lupa, melihat pria itu pergi bersama unta yang dibelinya. Wailah pun berlari mengejar dan berteriak: "Wahai pembeli unta! Apakah kau membeli unta itu untuk dagingnya atau untuk ditunggangi?" Pembeli menjawab: "Untuk ditunggangi!" Wailah kemudian berkata: "Sungguh, pada kaki unta itu ada lubang. Aku sudah melihatnya. Unta tersebut tidak akan mampu berjalan jauh." Akhirnya, pembeli itu kembali dan mengembalikan unta yang dibeli.

Penjual kemudian menurunkan harga unta seratus dirham sambil berkata kepada Wailah: "Semoga Allah memberkati kamu! Kau telah membuatku membatalkan penjualan ini." Wailah menjawab: "Kami telah berjanji setia

⁶⁹ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin Al-Ghazali*, Jilid II, Terj. Yakub Ismail, Singapore: Pustaka Nasional, 1998, h 45-50.

⁷⁰ Dirawikan Muslim dari Abu Hurairah.

kepada Rasulullah SAW untuk menjelaskan dalam transaksi jual beli kepada setiap muslim." Ia melanjutkan: "Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda: "Tidak halal bagi seseorang yang menjual barang, kecuali ia menjelaskan kekurangan yang ada. Dan tidak halal bagi orang yang tahu mengenai hal itu, kecuali menjelaskan."⁷¹ Mereka memahami nasihat tersebut, dan tidak ingin saudaranya mendapatkan sesuatu yang tidak mereka inginkan untuk diri mereka sendiri.

Namun, sikap ini cukup menantang bagi banyak orang. Oleh karena itu, mereka memilih untuk fokus pada ibadah dan menjauh dari keramaian. Menegakkan hak-hak Allah SWT dan berinteraksi dengan sesama merupakan perjuangan bagi orang-orang yang jujur. Hal ini tidaklah mudah bagi seorang hamba, kecuali meyakini dua hal:

a) Bahwa mencampur kekurangan tidak akan menambah rezeki, melainkan justru menghilangkan rezeki dan mengurangi keberkahannya.

Apa yang diperoleh dari campuran yang beragam itu akan dimusnahkan oleh Allah SWT sekaligus. Diceritakan bahwa ada seorang pria yang memiliki seekor sapi betina, ia mencampurkan susunya dengan air untuk dijual. Kemudian terjadi banjir yang membuat sapi betina itu tenggelam. Anaknyanya berkata: "Air yang kita campurkan ke dalam susu itu berkumpul sekaligus dan menghilangkan sapi betina kita." Nabi SAW bersabda: "Dua orang yang melakukan transaksi jual beli, jika keduanya jujur dan saling memberi nasihat, maka akan diberkahi dalam transaksi mereka."⁷² Dalam sebuah hadits disebutkan, "Tangan (*Qudrah*) Allah di atas kedua orang yang bermitra, selama mereka tidak saling mengkhianati. Jika mereka berkhianat, maka Allah akan menjauhkan tangan-Nya dari mereka."⁷³ Jadi, kekayaan tidak akan bertambah melalui tindakan pengkhianatan, dan tidak akan berkurang melalui amalan berbagi.

b) Memahami bahwa keuntungan dan kekayaan di akhirat lebih berharga daripada kekayaan di dunia. Semua manfaat yang diperoleh dari kekayaan duniawi akan punah seiring berakhirnya hidup.

⁷¹ Dirawikan Al-Hakim dari Wailah dan katanya shahih isnad.

⁷² Dirawikan Al-Bukhari dan Muslim dari Hakim bin Hizam.

⁷³ Dirawikan Abu Dawud dan Al-Hakim dari Abu Hurairah.

Hanya sisa yang tersisa adalah kezaliman dan dosa. Kebaikan sejati adalah keselamatan dalam hal agama. Rasulullah SAW bersabda: “Selalu ucapkan *la ilaaha I’la’laah*, untuk menghindari kemarahan Allah SWT pada makhluk selama mereka tidak mengutamakan perbuatan duniawi dibandingkan akhirat. ⁷⁴ Orang yang menyadari bahwa segala tindakan yang merusak imannya adalah modal berharga untuk investasi di akhirat, maka ia tidak akan menyia-nyiakan modal itu. Penipuan dilarang dalam bisnis dan jual beli secara keseluruhan. Jika dia adalah seorang pembuat, maka hasil kerjanya harus diperbaiki, kemudian sampaikanlah kekurangan yang ada. Seorang pembuat sepatu bertanya kepada Bin Salim: “Apa yang harus aku lakukan agar berhasil dalam menjual sepatu-sepatu ini?” Bin Salim menjawab: “Pastikan kedua sisi sepatu itu sama! Jangan biarkan sisi kanan lebih baik dari sisi kiri dan buatlah isi sepatu menjadi nyaman! Hindari menumpuk salah satu sepatu di atas yang lainnya!” Seseorang bertanya kepada Ahmad bin Hambal r.a tentang cara memperbaiki kain, dan tidak ada informasi mengenai perbaikannya. Imam Ahmad menjawab: “Penjual tidak boleh menyembunyikan apa pun.” Sungguh, kain yang sudah diperbaiki dengan jahitan itu sah untuk dijual, asal dijelaskan atau tidak ada niatan untuk menyembunyikannya. Jika barang yang dijual baik dan disukai, sementara dia merasa cukup dengan sedikit keuntungan, maka Allah akan memberkati penjualannya. Namun, hal ini cukup sulit, terutama jika mereka merasa tidak puas dengan keuntungan yang kecil. Ibnu Sirin menjual seekor kambing dan berkata kepada pembelinya: “Aku akan memberitahumu kekurangan kambing ini, yaitu pada kuku kakinya yang terbalik.” Al-Hasan bin Shahih menjual seorang budak wanita dan memberi tahu pembelinya: “Budak ini pernah berdarah dari mulutnya saat bersama kami.” Begitulah cara yang diambil oleh orang-orang beragama. Siapa yang tidak mampu, sebaiknya tinggalkan urusan transaksi atau mengundang dirinya pada azab neraka. ⁷⁵

⁷⁴ Dirawikan Abu Yu’la dan Al-Baihaqi dari Anas dengan sanad dla’if

⁷⁵ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya’ Ulumiddin Al-Ghazali*, Jilid II, Terj. Yakub Ismail, Singapore: Pustaka Nasional, 1998, h. 46-50

- c. *أَنْ لَا يَكْتُمُ فِي الْمِقْدَارِ شَيْئًا* (Tidak menyembunyikan sedikitpun tentang kadarnya)⁷⁶

Hal ini merupakan bagian dari kejujuran dalam timbangan dan berhati-hati dengan timbangan sebagaimana mestinya. Allah SWT berfirman:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ نَوَازِلًا كَالْوَهْمِ أَوْ
وَزْنُهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Celaka untuk orang-orang yang mengecuh. Apabila mereka menyukat dari orang lain (untuk dirinya), dipenuhkannya (sukatan). Tetapi apabila mereka menyukat untuk orang lain atau menimbang untuk orang lain atau menimbang untuk orang lain dikurangnya.”⁷⁷

Maksud dari kalimat di atas adalah bahwa keadilan sangat susah ditemukan, jadi seharusnya keadilan itu tampak dengan adanya lebih dan kurang. Kita dianjurkan untuk memberi lebih dan mengambil lebih sedikit. Perbedaan antara lebih dan kurang itu terlihat saat jarum pada timbangan bergerak.

Sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW ketika melakukan pembelian, beliau mengatakan kepada yang menimbang: "Silakan timbang dan tambahkan sedikit pada timbangan!" Kemudian Fudlail memperhatikan anaknya yang sedang membersihkan Dinar yang akan dibelanjakannya, dan ia menghilangkan kotoran pada Dinar tersebut agar kenaikannya tidak berlebihan. Fudlail pun berujar: "Wahai anakku! Perbuatanmu ini lebih baik daripada melakukan haji dua kali dan umrah dua puluh kali."

Setiap individu yang mencampur makanan dengan tanah atau bahan lain dan kemudian mengisinya, maka dia termasuk orang yang menipu. Seluruh pedagang daging yang menimbang bersama tulangnya juga tergolong penipu. Jika penjual kain melepaskan kain saat pengukuran dan tidak membentangkannya dengan benar, maka dia adalah pembohong. Kain seharusnya dibentangkan agar terlihat perbedaan lebih dan kurangnya. Selain itu, seseorang yang memiliki timbangan bisa memberi dengan satu timbangan dan mengambil dengan timbangan lainnya. Setiap orang yang sudah dikenakan

⁷⁶ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin*, Jilid II, Beirut: Dar Al-kotob Al-Ilmiyah, 2007, h. 79

⁷⁷ Depag RI, Al-Qur'an ..., Surat Al-Muthafifin : 1-3.

kewajiban memiliki neraca dalam setiap tindakan, ucapan, dan bagian dari hatinya.⁷⁸

- d. **أَنْ يَصْدُقَ فِي سِعْرِ الْوَقْتِ وَلَا يَخْفَى مِنْهُ شَيْئًا** (Berkata benar tentang harga barang dan tidak menyembunyikan sesuatu)/Tranparansi⁷⁹

Rasulullah SAW melarang praktik *tala'qqi'rrukban* serta *an-najasy*. *Tala'qqi'rrukban* merujuk pada situasi di mana seseorang menemui rombongan yang baru tiba, kemudian menerima barang yang mereka bawa sambil memberikan informasi yang menyesatkan tentang harga barang di kota atau daerah tersebut. Siapa pun yang melakukan hal ini diizinkan untuk memilih kembali setelah tiba di pasar atau berkhiar.⁸⁰ Transaksi tersebut dianggap sah, tetapi jika ternyata ada kebohongan, pembeli memiliki hak untuk memilih kembali. Jika terbukti berbohong, ada perbedaan pendapat di kalangan ulama. Selain itu, dilarang bagi penduduk kota untuk menjual kepada orang-orang dari desa, yang bertujuan untuk menjual makanan mereka dengan cepat setelah datang ke kota. Penduduk kota berkomentar kepada orang desa: "Tinggalkan makanan itu padaku, agar aku bisa menaikkan harganya dan menunggu harga yang lebih tinggi!" Tindakan ini diharamkan dalam konteks makanan, sedangkan untuk barang lain terdapat beberapa perbedaan pandangan di antara para ulama. Tindakan ini dilarang karena dapat menghambat proses penjualan.⁸¹

Rasulullah SAW juga melarang praktik *an-najasy*, yaitu ketika seseorang mendekati penjual yang sedang bertransaksi dengan calon pembeli dan menawarkan barang tersebut dengan tawaran harga lebih tinggi, tanpa niat untuk membeli, hanya untuk meningkatkan hasrat pembeli. Apabila tidak ada kesepakatan dengan penjual, maka tindakan itu dianggap haram, tetapi transaksinya tetap sah. Namun, jika ada kesepakatan dengan penjual, terdapat perbedaan pendapat di antara para ulama tentang diperbolehkannya berkhiar. Semua larangan ini menunjukkan bahwa dilarang untuk melakukan tindakan yang dapat menimbulkan kebingungan bagi penjual dan pembeli mengenai

⁷⁸ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin Al-Ghazali*, Jilid II, Terj. Yakub Ismail, Singapore: Pustaka Nasional, 1998, h. 50-53

⁷⁹ Ibid, h. 80

⁸⁰ Berkhiar adalah memilih antara meneruskan atau membatalkan jual beli.

⁸¹ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin Al-Ghazali*, Jilid II, Terj. Yakub Ismail, Singapore: Pustaka Nasional, 1998, h. 53-55.

harga barang secara bersamaan dan menyembunyikan informasi tertentu. Jika penjual dan pembeli menyadari hal ini, mereka tentu tidak akan melakukannya. Oleh karena itu, perilaku ini termasuk dalam kategori penipuan.

Dikisahkan bahwa ada seorang *tabi'in* di Basrah yang memiliki seorang pembantu di Sus yang berusaha untuk menyediakan gula untuknya. Pembantu itu kemudian menulis sebuah surat kepada *tabi'in* tersebut yang berbunyi: “Tahun ini tebu terkena penyakit, jadi belilah gula.” Setelah dijelaskan oleh *tabi'in*, beliau pun membeli gula dalam jumlah yang banyak. Ketika waktunya tiba, beliau memperoleh keuntungan hingga tiga puluh ribu. Pada malam harinya, beliau merenung dan berpikir: “Aku telah mendapatkan keuntungan tiga puluh ribu, tetapi aku merasa rugi karena mengikuti nasihat seorang pria Muslim.” Keesokan paginya, beliau pergi menemui penjual gula itu dan menyerahkan uang tiga puluh ribu sambil berkata: “Semoga Allah memberkahimu dengan uang ini!” Penjual itu pun bertanya: “Dari mana asal uang ini?” *Tabi'in* itu menjawab: “Sebenarnya, aku telah menyembunyikan kenyataan darimu. Harga gula saat itu sangat tinggi!” Lalu penjual tersebut menjawab: “Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat kepadamu! Karena kau telah menjelaskan hal ini padaku, aku anggap uang ini untukmu!” *Tabi'in* melanjutkan ceritanya, kemudian beliau pulang ke rumah, merenungkan sepanjang malam dan berkata: “Apa sajakah yang sudah aku nasihatkan kepadanya? Mungkin dia merasa malu padaku dan meninggalkan uang ini untukku.” Keesokan paginya, beliau kembali kepada penjual itu dan berkata: “Semoga Allah memberimu kesehatan! Ambillah uang yang merupakan hakmu ini! Dengan begitu, akan lebih nyaman hatiku.” Akhirnya, penjual itu menerima uang tiga puluh ribu dari *tabi'in*.⁸²

Hadis-hadis di atas menyampaikan pesan kepada kita untuk tidak menunggu kesempatan dan kelengahan dari pemilik barang. Jika kita melakukan hal demikian, itu termasuk perbuatan yang tidak adil, melanggar prinsip keadilan dan memberi nasehat kepada sesama Muslim. Seorang penjual seharusnya berkata dengan jujur, menjelaskan kekurangan atau kerusakan pada barang, serta berbesar hati kepada kerabat atau teman.⁸³ Inilah etika bisnis yang

⁸² Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin Al-Ghazali*, Jilid II, Terj. Yakub Ismail, Singapore: Pustaka Nasional, 1998, h 53-55.

⁸³ Ibid.

diajarkan kepada para pedagang Muslim menurut Imam Al-Ghazali dalam bukunya *Ihya' Ulumuddin*.

e. **بَعِيدًا عَنْ أَعْمَالِ الرِّبَا** (Jauh dari Perbuatan Riba)

Riba secara etimologis berarti pertumbuhan atau peningkatan secara mutlak. Sementara itu, dalam konteks syar'i, riba merujuk pada tambahan yang diperoleh oleh pemberi pinjaman dari peminjam sebagai balas jasa atas penundaan pembayaran. Dalam Al-Quran, larangan terhadap riba sudah dinyatakan dengan jelas. Oleh sebab itu, Al-Ghazali mengingatkan para pelaku usaha, seperti pedagang mata uang, emas, perak, dan kebutuhan pokok, untuk selalu menghindari riba *nasi'ah* dan riba *fadl*. Riba Jahiliyah, yang berarti penundaan, dalam praktiknya dilakukan dengan menambah jumlah utang bila pihak yang berutang tidak bisa melunasinya pada waktu yang ditentukan, yaitu berupa denda. Sedangkan riba *fadl* terkait dengan jual beli, di mana barang yang dipertukarkan ditambahkan dengan kualitas atau jumlah yang tidak sesuai dengan kesepakatan, yang juga bisa diartikan sebagai *takhfif* atau kecurangan.⁸⁴

Bagi Al-Ghazali, larangan untuk terlibat dalam riba bersifat mutlak. Dia berargumen bahwa riba bukan sekadar tindakan dosa, tetapi juga dapat menyebabkan eksploitasi dan ketidakadilan dalam transaksi. Dengan demikian, seorang pebisnis Muslim harus senantiasa berhati-hati dan menjauhi semua tindakan yang berkaitan dengan riba, karena riba tidak akan membawa kekayaan, melainkan dosa yang berat bagi mereka yang terlibat.

C. **Penyimpangan Etika Dalam Sebuah Aktivitas Bisnis**

Terdapat sejumlah prinsip bisnis dalam Islam yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha, baik individu maupun kelompok, yaitu: tidak boleh memakai metode yang merugikan dan tidak sah, dilarang terlibat dalam usaha yang bersifat perjudian atau mirip perjudian, tidak boleh saling berbuat zalim dan merugikan satu sama lain, tidak diperkenankan curang dalam ukuran, timbangan, atau pemalsuan kualitas, serta dilarang menggunakan cara-cara yang berhubungan dengan riba atau sistem bunga.

⁸⁴ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin*, Jilid II, Beirut: Dar Al-kotob Al-Ilmiyah, 2007, h. 104

Prinsip-prinsip ini menjadi landasan utama dalam pengelolaan bisnis syariah yang dijalankan oleh para pengusaha atau perusahaan.⁸⁵

Jika kita menghubungkan etika Al-Ghazali dengan kondisi bisnis saat ini, kita dapat melihat banyak ketidakadilan dan ketidaksesuaian. Saat ini, kegiatan bisnis lebih fokus pada keuntungan finansial semata, yang sangat bertentangan dengan pandangan Al-Ghazali yang menyatakan bahwa etika dan bisnis harus berjalan beriringan untuk mencapai keseimbangan antara kehidupan dunia dan persiapan di akhirat. Sonny Keraf berpendapat bahwa etika dalam bisnis sangat penting bagi para pelaku bisnis yang ingin mencapai kesuksesan dan keberlangsungan usaha mereka.⁸⁶ Maraknya penyalahgunaan etika dalam bisnis sering dilakukan oleh para pelaku usaha. Berikut adalah beberapa contoh penyimpangan etika dalam aktivitas bisnis:

a) Manipulasi Barang dan Harga

Mengubah barang dan harga adalah hal yang dilarang oleh Al-Quran karena termasuk dalam tindakan penipuan. Penipuan dianggap sebagai ciri utama dari kemunafikan, dan Al-Quran telah menetapkan hukuman yang berat bagi mereka yang melakukannya. Dalam Islam, para pengikutnya diharapkan untuk menjadi individu yang jujur dan dapat dipercaya. Seseorang yang melakukan penipuan dan tipuan tidak diakui sebagai umat Islam yang sejati. Seperti yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW yang mengatakan bahwa "Siapa pun yang melakukan penipuan, maka dia bukan dari kalangan kami." (HR. Ibnu Hibban dan Abu Nu'aim)⁸⁷

Manipulasi harga atau pengaturan pasar dari segi permintaan, dilakukan oleh pihak produsen dengan cara membuat iklan yang tidak benar dan menyesatkan. Terkait dengan hal ini, Al-Ghazali memperingatkan para pedagang untuk tidak menyampaikan informasi yang menyesatkan mengenai berat, jumlah, atau harga barang yang mereka tawarkan. Memberikan informasi yang tidak akurat adalah sebuah tindakan penipuan. Contohnya dalam proses jual beli, pembeli menciptakan permintaan palsu seakan-akan banyak orang menginginkan produk tertentu sehingga harga jual produk tersebut meningkat.⁸⁸

⁸⁵ Choirul Huda, "MODEL PENGELOLAAN BISNIS SYARI'AH: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang", *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 24, No. 1, Mei 2016, hlm. 166-167

⁸⁶ K. Berten, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hlm. 17

⁸⁷ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar. 2001), hlm. 136.

⁸⁸ Karim, Adiwarmans S, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Press. 2006), hlm.35-

b) *Tathfif* (Curang dalam Timbangan)

Secara linguistik, *tathfif* berarti sedikit demi sedikit, berhemat, pelit, dan orang yang melakukan tindakan ini disebut *Muthafif*. Dalam konteks, *tathfif* merujuk pada kebiasaan berbuat curang dalam hal takaran dan timbangan, yang mana praktik ini mengambil hak milik orang lain. Salah satu bentuk penipuan dalam jual beli yang paling umum adalah ketidakjujuran dalam timbangan dan takaran. Praktik ini masih banyak dilakukan oleh beberapa pihak. Dahulu, Allah menyiksa kaum Nabi Syu'aib, bukan hanya karena mereka tidak beriman kepada-Nya, tetapi juga karena mereka cenderung curang dalam hal timbangan dan takaran.⁸⁹

Allah SWT mengancam orang yang berlaku curang dalam timbangan dan takaran dalam firmanNya:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ
أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ﴿٤﴾ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ
﴿٥﴾ يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan. Pada suatu hari yang besar. (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam.” (Q.S. Al-Muthaffifin: 1-6)

Kata *wail* (وَيْلٌ) artinya adzab yang dahsyat di akherat. Ibnu Abbâs r.a. berkata, “Itu adalah satu jurang di Jahannam, tempat mengalirnya nanah-nanah penghuni neraka.” Ibnu Katsir berkata, “Yang dimaksud dengan *التطفيف* (*At-Tathfif*) disini adalah berbuat curang dalam timbangan dan takaran, entah itu dengan cara menambahnya jika ia membeli dari orang lain, atau dengan mengurangnya jika ia yang menjual kepada mereka.” (Tafsir Ibnu Katsir)

Kecurangan yang dilakukan terhadap orang lain melalui ketidakakuratan dalam timbangan atau takaran memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam transaksi bisnis, termasuk di dalamnya mencampurkan bahan makanan dengan

⁸⁹ Arinal Haq, “Larangan Curang dalam Timbangan dan Takaran”, <https://www.hisbah.net>, diakses pada tanggal 4 Oktober 2024.

bahan yang bukan makanan. Melakukan penimbangan antara daging serta tulangnya, padahal yang seharusnya ditimbang hanyalah dagingnya saja.⁹⁰ Mengenai fenomena *tathfif*, banyak terjadi di kalangan masyarakat, khususnya di pasar-pasar tradisional. Contohnya adalah situasi di Jawa Timur yang menjadi fokus penelitian oleh Rendi Aditya sebagai materi skripsinya.⁹¹

c) Penggunaan Uang Palsu

Kasus yang banyak terjadi saat ini adalah peredaran uang palsu, yang jelas merugikan banyak pihak. Meskipun jumlahnya menurun, masalah ini masih sering muncul. Melakukan jual beli dengan uang palsu atau menukar uang dengan sengaja merupakan tindakan yang tidak adil dan oleh karena itu dilarang. Al-Ghazali berpendapat bahwa *"Memproduksi uang yang tidak asli dalam sirkulasi adalah kezaliman yang sangat serius. Siapa saja yang memegang uang tersebut bisa mengalami kerugian, satu dirham palsu lebih parah daripada mencuri seribu dirham, karena pencurian adalah dosa yang langsung berakhir setelah dilakukan, sedangkan pemalsuan uang berdampak pada banyak orang dalam jangka waktu yang panjang."*⁹² Ini berarti, kerusakan yang ditimbulkannya sangat besar, melebihi pencurian. Oleh karena itu, kita harus menjauh dari hal tersebut.

d) Penimbunan (*Ihtikar*)

Banyaknya kasus penimbunan bahan bakar, pupuk subsidi, dan sejenisnya, menunjukkan salah satu contoh aktivitas bisnis yang tidak berlandaskan etika. Meski demikian, terdapat beberapa penimbunan yang diizinkan. Contohnya adalah BULOG. Lembaga ini melakukan usaha untuk menjaga stabilitas harga dan pasokan.⁹³

Menyimpan bahan pangan dengan tujuan untuk dijual saat harga meningkat adalah tindakan yang merugikan masyarakat. Al-Ghazali menerangkan bahwa yang dimaksud dengan bahan pangan adalah makanan yang dibutuhkan untuk bertahan hidup, bukan yang hanya berfungsi sebagai pelengkap. Ia memfokuskan larangan penimbunan hanya pada bahan pokok dan memisahkan barang yang tidak berhubungan langsung sebagai penopang, seperti obat, jamu, dan parfum,

⁹⁰ Al-Ghazali, *Ihya 'Ulum Al-Din* Jilid IV, hlm. 783-785

⁹¹ Rendi Raditya, *Skripsi: Pelanggaran Hak-hak Konsumen oleh Pelaku Usaha Dalam Pengurangan Berat Bersih*, UPN Veteran, Jawa Timur.

⁹² Al-Ghazali, *Ihya 'Ulum al-Din*, Jilid IV, hlm. 778

⁹³ Afdawaiza, *Etika Bisnis dan Ekonomi dalam Pandangan al-Ghazali*, Jurnal Esensia, Vol. 10, (2009), No. 02

dari larangan penimbunan meskipun benda-benda tersebut juga dapat dimakan.⁹⁴ Namun, situasinya berbeda untuk bahan bakar minyak; penimbunan bahan ini termasuk dalam kategori yang dilarang, karena BBM merupakan kebutuhan dasar sama halnya dengan makanan pokok.

D. Pedagang

1. Definisi Pedagang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, seorang pedagang adalah individu yang bekerja dalam bidang perdagangan.⁹⁵ Di sisi lain, menurut kamus Ekonomi, pedagang merujuk kepada individu atau institusi yang membeli dan menjual barang tanpa mengubah bentuknya dan bertanggung jawab atas transaksi tersebut dengan tujuan untuk meraih laba.⁹⁶ Pada dasarnya, perdagangan adalah proses pertukaran satu komoditas dengan komoditas lainnya atau sebuah komoditas dengan uang sebagai alat tukar.⁹⁷ Dalam bahasa, terdapat istilah *al-bay'* dan *asy-syira'*. *Al-Bay'* berarti saling bertukar, berlawanan dengan *asy-syira'* yang berarti melakukan pembelian. Kadang-kadang, istilah *Al-Bay'* digunakan untuk menggambarkan *asy-syira'* dan sebaliknya, karena saat sesuatu dijual, secara otomatis juga dibeli oleh pihak lainnya. Dalam konteks syariah, perdagangan atau jual beli didefinisikan sebagai pertukaran barang dengan barang lainnya yang melibatkan pengalihan kepemilikan dengan saling meridhoi. Definisi ini mencakup berbagai jenis tukar-menukar, baik barang untuk barang (barter), barang untuk uang (perdagangan menggunakan alat tukar), maupun uang untuk uang (pertukaran valuta).⁹⁸

Dalam Peraturan Daerah No 5 Tahun 2011, disebutkan bahwa pedagang adalah individu atau entitas yang melakukan aktivitas penjualan barang atau jasa di dalam pasar lokal dan/atau di area sekitar pasar dengan menempati lokasi berdagang yang telah ditentukan. Pedagang di pasar tradisional dibagi menjadi dua kategori, yaitu pedagang kios dan pedagang nonkios. Pedagang kios merupakan mereka yang mengisi ruang kios di pasar, sedangkan pedagang non-kios adalah mereka yang berjualan di tempat lain selain kios, yaitu di los.

⁹⁴ Al-Ghazali, *Ihya 'Ulum al-Din*, Jilid IV, hlm. 776

⁹⁵ Ahmad A.K. Muda, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Reality Publisher, 2006), Cet. ke-1, h. 167.

⁹⁶ Nurul Oktima, *op.cit.*, h. 224.

⁹⁷ M. Ismail Yusanto & M. Arif Yunus, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bogor: Al Azhar Press, 2011), Cet.ke-2, h. 234.

⁹⁸ *Ibid.*, h. 234.

Dalam konteks perdagangan, pedagang merujuk pada individu atau organisasi yang membeli dan menjual barang atau produk kepada konsumen, baik secara langsung maupun tidak. Dari aspek ekonomi, pedagang dikelompokkan berdasarkan jalur distribusi yang mereka pilih, yang terdiri dari: pedagang distributor (tunggal), pedagang grosir, dan pedagang eceran. Sementara itu, menurut Drs. Damsar, MA, dalam perspektif sosiologi ekonomi, pedagang diidentifikasi berdasarkan bagaimana mereka menggunakan dan mengelola pendapatan yang diperoleh dari perdagangan serta dampaknya terhadap ekonomi keluarga. Berdasarkan cara penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang didapat dari penjualan, pedagang dibagi menjadi:

1. Pedagang profesional. Pedagang profesional adalah individu yang menjadikan kegiatan berjual sebagai sumber pendapatan utama untuk keluarga mereka.
2. Pedagang semi-profesional. Pedagang semi-profesional adalah mereka yang menjalankan aktivitas perdagangan untuk mendapatkan uang, tetapi pendapatan tersebut hanya sebagai tambahan bagi keuangan keluarga.
3. Pedagang subsisten. Pedagang subsisten adalah mereka yang menjual barang atau produk yang dihasilkan dari kegiatan subsisten untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Di area pertanian, pedagang ini biasanya seorang petani yang menjual hasil pertaniannya di pasar desa atau kecamatan.
4. Pedagang semu. Pedagang semu adalah individu yang terlibat dalam perdagangan karena minat atau hanya untuk mencari pengalaman baru atau mengisi waktu luang. Tipe pedagang ini tidak berharap untuk mendapatkan penghasilan dari aktivitas perdagangan dan mungkin mengalami kerugian dalam usahanya.⁹⁹

2. Perilaku Pedagang

Perilaku pedagang di pasar tradisional menurut (Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No 23/MPP/KEP/I/1998) yaitu: ¹⁰⁰

- 1) Jumlah pedagang yang semakin meningkat. Usaha untuk berdagang di pasar tradisional terus mengalami pertumbuhan dari waktu ke waktu. Hal ini

⁹⁹ M. Ismail Yusanto & M. Arif Yusuf, *loc.cit*

¹⁰⁰ Kemenperindag, *Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan*, kemendag.go.id, diakses pada tanggal 24 September 2024

mengakibatkan meningkatnya kebutuhan akan ruang. Jika tidak ada tempat yang cukup, bisa jadi akan terjadi penyimpangan dan pengabaian terhadap tata ruang yang ada di pasar.

- 2) Kesadaran yang rendah mengenai disiplin, kesuksesan, dan ketertiban. Banyak pedagang yang memiliki pendidikan rendah jarang menunjukkan kesadaran akan pentingnya disiplin, kebersihan, dan keteraturan. Situasi ini dibiarkan begitu saja oleh pengelola pasar tanpa ada niat untuk memberikan edukasi atau pelatihan.
- 3) Pemahaman yang minim terhadap perubahan konsumen, sementara produsen dan pedagang tidak dapat menyesuaikan diri karena keterbatasan pengetahuan dan informasi yang mereka miliki. Umumnya, mereka berkembang secara alami tanpa persiapan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Salah satu tantangan yang dihadapi pedagang di pasar tradisional adalah kurangnya modal dan ditambah dengan inflasi yang tidak stabil.

3. Ciri-Ciri Pedagang Tradisional.

- a. Modal yang mereka miliki cukup terbatas. Sebagian besar pedagang besar tidak berani mendekati bank untuk meminta pinjaman, karena prosedurnya rumit dan syaratnya sulit dipenuhi. Terlebih lagi, banyak dari mereka tidak bisa membaca dan tidak memiliki aset untuk dijadikan jaminan. Oleh karena itu, mereka memilih jalan lain yaitu memanfaatkan jasa rentenir, yang bisa memberikan pinjaman dengan cepat tanpa memakan banyak waktu dan dengan proses yang mudah.
- b. Umumnya, mereka berjualan hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Artinya, sebagian besar pedagang besar tidak terlalu memikirkan tabungan untuk masa depan. Pendapatan yang mereka peroleh langsung digunakan kembali untuk membeli barang dagangan, memenuhi kebutuhan harian, dan membayar cicilan utang.
- c. Tingkat pendidikan para pedagang biasanya rendah, bahkan banyak yang tidak bisa membaca, sehingga mereka tidak dapat melihat peluang di masa depan. Bagi mereka, perdagangan yang mereka jalani selama ini sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan yang ada. Mereka cenderung memilih untuk meminjam dari rentenir karena prosesnya lebih sederhana.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Letak Geografis Semarang

Kota Semarang merupakan ibu kota dari Jawa Tengah yang memiliki posisi geografis yang sangat menguntungkan karena terletak pada jalur transportasi ekonomi di Pulau Jawa. Letak geografis Semarang berada di antara garis $6^{\circ}50'$ - $7^{\circ}10'$ Lintang Selatan dan $109^{\circ}35'$ - $110^{\circ}50'$ Bujur Timur. Luas wilayah Semarang mencapai 373,70 km², dengan batasan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kendal dengan batasan di sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kendal, di sebelah timur berbatasan langsung dengan Kabupaten Demak, di sebelah selatan dengan Kabupaten Semarang, dan di sebelah utara berbatasan langsung dengan Laut Jawa. Kota ini berada pada ketinggian antara 0,75 hingga 359 meter di atas permukaan laut, yang terbagi menjadi daerah tinggi dan rendah. Bagian atas Semarang memiliki ketinggian berkisar antara 90 – 359 MDPL, sedangkan bagian bawah berada pada ketinggian antara 0,75 – 3,5 MDPL. Hal ini dapat dilihat pada tabel 3.1 di bawah ini:¹⁰¹

Tabel 3.1
Letak Geografis Kota Semarang

| Uraian | Letak Bujur - Lintang | Batas Wilayah |
|-----------------|-----------------------|---------------|
| Sebelah Utara | $6^{\circ}50'$ LS | Laut Jawa |
| Sebelah Selatan | $7^{\circ}10'$ LS | Kab. Semarang |
| Sebelah Barat | $109^{\circ}35'$ BT | Kab. Kendal |
| Sebelah Timur | $110^{\circ}50'$ BT | Kab. Demak |

Sumber: semarangkota.bps.go.id

Sebelum tahun 1976, daerah Kota Semarang memiliki luas 99,40 km². Tetapi setelah adanya pengembangan wilayah berdasarkan Peraturan Daerah No.06 Tahun 1976 yang mengintegrasikan sebagian dari Kabupaten Semarang, Kabupaten Kendal, dan sedikit Kabupaten Demak, maka luas wilayah Kota Semarang menjadi 373,70 km².

¹⁰¹ <https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2015/04/23/3/letak-geografis-kota-semarang.html>, diakses pada tanggal 23 September 2024 pukul 12.54

Kota ini terbagi menjadi 16 Kecamatan dan 177 Kelurahan. Dari 16 Kecamatan tersebut, 2 Kecamatan memiliki luas wilayah yang paling besar, yakni Kecamatan Mijen (57,55 km²) dan Kecamatan Gunung Pati (54,11 km²). Kedua kecamatan tersebut terletak di bagian Selatan yang merupakan daerah berbukit dan memiliki beberapa bagian persawahan serta perkebunan. Sedangkan Kecamatan dengan luas terkecil adalah Kecamatan Semarang Selatan (5,93 km²), diikuti oleh Kecamatan Semarang Tengah (6,14 km²)¹⁰².

Posisi strategis Kota Semarang menjadikannya pusat pengembangan di Jawa Tengah, yang terdiri dari empat jalur utama, yaitu jalur Pantai utara, jalur Pantai Selatan, jalur Timur, dan jalur Barat. Semarang memiliki peran yang krusial dalam kemajuan dan pertumbuhan Jawa Tengah. Terutama dengan adanya Pelabuhan yang mendukung jaringan transportasi laut, serta transportasi darat (kereta api dan jalan raya) serta transportasi udara yang menghubungkan daerah-daerah di Jawa Tengah.

B. Profil Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Pasar Ikan Hias Johar Semarang merupakan salah satu pusat perdagangan ikan hias terbesar di Kota Semarang, yang berlokasi di Jl. K.H. Agus Salim No.22-23, Purwodinatan, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah dengan jam operasional mulai dari pukul 07.00 - 17.00 WIB. Pasar ini dikenal karena menyediakan berbagai jenis ikan hias, mulai dari ikan hias air tawar seperti koi, cupang, *goldfish*, channa, ikan hias predator, ikan hias air laut, hingga kura-kura dan lobster air tawar. Selain ikan, pasar ini juga menyediakan segala kebutuhan untuk mereka yang hobi memelihara ikan hias seperti akuarium, filter, pakan ikan, dan dekorasi akuarium.¹⁰³

Gambar 3.1
Pasar Ikan Hias Johar Semarang



¹⁰² Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (Rpjpd) Kota Semarang Tahun 2005-2025.

¹⁰³ Wawancara dengan Bapak Adin selaku ketua paguyuban di Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Pasar Ikan Hias Johar bermula dari sekelompok kecil pedagang ikan hias yang berjualan di area sekitar Pasar Johar pada awal 1990-an. Seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap ikan hias, pasar ini berkembang pesat dan menjadi salah satu tujuan utama bagi pecinta ikan hias di Semarang dan sekitarnya.

Lokasinya yang strategis di pusat kota dan wisata Kota Lama membuat Pasar Ikan Hias Johar mudah diakses oleh masyarakat lokal maupun wisatawan yang sedang berkunjung ke Kota Lama maupun yang tertarik dengan hobi ikan hias. Pasar ini tidak hanya menjadi pusat transaksi ekonomi, tetapi juga tempat berkumpulnya komunitas penggemar ikan hias untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam merawat ikan.

C. Visi dan Misi Pasar Ikan Hias Johar Semarang

a) Visi Pasar Ikan Hias Semarang

Menjadikan Pasar Ikan Hias Johar Semarang sebagai pusat perdagangan ikan hias terlengkap dan berkualitas di Jawa Tengah, dengan mengedepankan pelayanan prima dan keberlanjutan lingkungan.

b) Misi Pasar Ikan Hias Semarang

1. Menyediakan produk ikan hias yang beragam dan berkualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai segmen, baik pemula maupun penggemar ikan hias profesional.
2. Mendukung pemberdayaan pedagang local dengan memberikan pelatihan dan akses terhadap informasi tentang perawatan ikan, pemasaran, dan bisnis.
3. Menjaga keberlanjutan lingkungan dengan mempromosikan praktik bisnis yang ramah lingkungan dalam pemeliharaan dan penjualan ikan hias.
4. Meningkatkan fasilitas dan infrastruktur pasar agar lebih nyaman dan modern, sesuai dengan kebutuhan pedagang dan pengunjung.
5. Menjadi pusat edukasi dan komunitas bagi pecinta ikan hias, dengan menyediakan ruang untuk pertukaran informasi, dan acara komunitas terkait ikan hias.¹⁰⁴

D. Struktur Organisasi

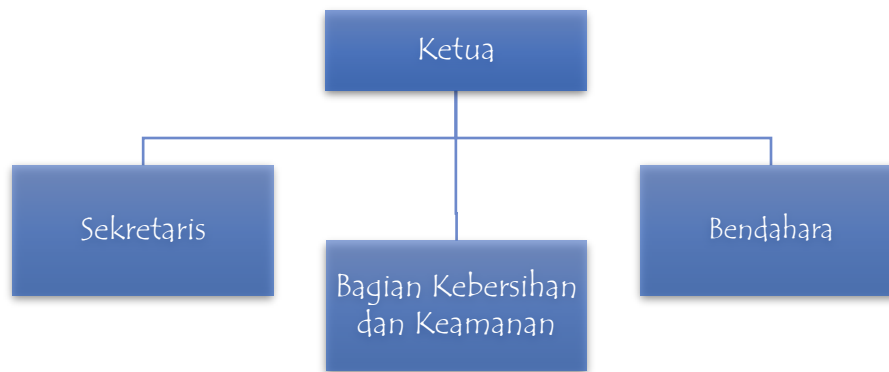
Adapun struktur organisasi Pasar Ikan Hias Semarang adalah sebagai berikut:¹⁰⁵

Bagan 1.1

¹⁰⁴ Wawancara dengan Sekretaris Paguyuban, di Pasar Ikan Hias Johar Semarang pada tanggal 20 September 2024

¹⁰⁵ Dokumen pada Pasar Ikan Hias Semarang

Struktur Organisasi Pasar Ikan Hias Semarang



E. Tugas dan Fungsi Kepengelolaan

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis dengan sekretaris paguyuban, setiap bagian dari struktur kepengurusan memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda, adapun tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian sebagai berikut:

1. Kepala Pasar

Tugas dan Wewenang:

- Bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan manajemen pasar.
- Mengawasi kebijakan pasar, termasuk peraturan pedagang, pengelolaan fasilitas, dan keberlanjutan pasar.
- Mengkoordinasikan seluruh unit di bawahnya untuk mencapai tujuan dan visi pasar.
- Sebagai pengambil keputusan strategis dan pemimpin pasar dalam menjaga kesejahteraan pedagang dan kenyamanan pengunjung.
- Memastikan kepatuhan terhadap regulasi pemerintah terkait pengelolaan pasar.

2. Sekretaris

Tugas dan Wewenang:

- Mengelola administrasi pasar, termasuk surat-menyurat, pencatatan rapat, dan dokumentasi penting.
- Mendukung Kepala Pasar dalam pelaksanaan tugas administratif.
- Memastikan seluruh kegiatan administrasi berjalan lancar dan tertib.
- Mengelola arsip serta menyusun laporan bulanan atau tahunan terkait kegiatan pasar.

3. Bendahara

Tugas dan Wewenang:

- Mengelola keuangan pasar, termasuk pengumpulan iuran pedagang, pembayaran fasilitas, serta penyusunan laporan keuangan.
- Melakukan kontrol atas pengeluaran dan pemasukan dana pasar.
- Menjaga transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan dana.
- Memastikan keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran.

4. Bagian Kebersihan dan Keamanan

Tugas dan Wewenang:

- Bertanggung jawab atas kebersihan lingkungan pasar
- Mengawasi keamanan pasar, baik untuk pedagang, pengunjung, maupun barang dagangan.
- Berkoordinasi dengan pihak keamanan setempat untuk memastikan pasar tetap aman dan tertib.
- Melakukan kontrol pengawasan pada malam hari untuk memastikan keamanan pasar.

Struktur ini memungkinkan manajemen pasar berjalan lebih efektif dengan pembagian tugas yang jelas. Masing-masing koordinator memiliki tanggung jawab spesifik yang saling mendukung untuk memastikan operasional pasar berjalan lancar dan sesuai dengan visi serta misi yang telah ditetapkan.¹⁰⁶

F. Produk

Produk dan jasa yang ditawarkan di Pasar Ikan Hias Johar Semarang pada umumnya mencakup ikan hias dengan berbagai jenis (air tawar dan air laut), akuarium dan perlengkapan akuarium (filter *aquarium*), pakan ikan, aksesoris akuarium, obat-obatan ikan, *aquascape*, dan sebagainya.

Gambar 3.2
Obat-obatan Ikan



Gambar 3.3
Pakan Ikan



Gambar 3.4
Aquascape



¹⁰⁶ Wawancara dengan Sekretaris Paguyuban, di Pasar Ikan Hias Johar Semarang pada tanggal 20 September 2024

Gambar 3.5
Aquarium & Perlengkapan



Gambar 3.6
Ikan Hias Air Tawar



Gambar 3.7
Mesin, Media Filter, & Acc



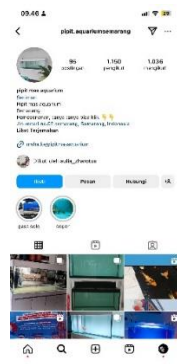
G. Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dari sejumlah pedagang, peneliti menyimpulkan beberapa strategi *marketing* yang dilakukan oleh pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, diantaranya yaitu:

a) Pemasaran Digital melalui Media Sosial

Strategi pemasaran secara digital sudah banyak dilakukan oleh sebagian pedagang diluar sana. Begitupun yang terjadi dengan beberapa penjual di pasar ikan hias Semarang, seperti yang dilakukan pada kios *Diva Aquarium*, *Pipit Mas Aquarium*, dan *Rahayu Fish*, yang memiliki akun *Instagram* untuk mempromosikan barang dagangan mereka, Sebagian juga mempromosikannya melalui *story Whatsapp*.¹⁰⁷ Selain itu beberapa pedagang juga berpartisipasi dalam *event* yang diselenggarakan oleh salah satu produsen pakan sebagai salah satu bentuk promosi, dan juga dengan mengikuti berbagai perlombaan atau kontes ikan.¹⁰⁸

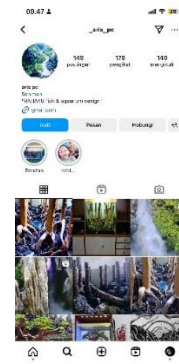
Gambar 3.8
Akun Instagram Kios
Pipit Mas Aquarium



Gambar 3.9
Akun Instagram Kios
Diva Aquarium



Gambar 3.10
Akun Instagram Kios
Rahayu Fish



¹⁰⁷ Wawancara dengan Bapak Ari pemilik kios Aquatopia di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, pada bulan November lalu.

¹⁰⁸ Wawancara dengan Bapak Heri pemilik kios Fantasy Betta di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, pada bulan November lalu.

b) Layanan Pengiriman Ikan Hias

Salah satu strategi yang diterapkan pada kios Aquatopia yaitu menyediakan layanan pengiriman ikan hias ke dalam kota maupun luar kota dengan kemasan khusus yang menjaga kesehatan ikan selama pengiriman. Menurut penjual strategi ini di rasa bisa meningkatkan penjualan, khususnya bagi konsumen yang tidak bisa datang langsung ke pasar.¹⁰⁹

c) Promosi Diskon dan Paket *Bundling*

Beberapa kios di Pasar Ikan Hias Semarang sudah ada yang menerapkan strategi marketing ini, seperti pada kios Diva Aquarium yang akan memberikan potongan harga atau diskon pada minimal pembelian Rp. 100.000,00. Selain diskon kios tersebut juga menawarkan paket bundling aquarium seperti, pembelian aquarium, filter, beserta hiasannya, lalu ada paket bundling *aquascape* yaitu pemasangan batu, kayu, pasir, serta tanaman hias menjadi sebuah pemandangan di dalam aquarium dengan jasa pemasangan yang tidak di pungut biaya selain bahan-bahan saja.¹¹⁰

Selain itu, beberapa toko juga menerapkan *loyalty program*, dimana penjual memberikan program loyalitas bagi pelanggan tetap, seperti yang dilakukan pada kios Fantasy Betta yang akan memberikan potongan harga secara langsung (diskon khusus pelanggan) pada pelanggan tetap, atau terkadang juga memberikan bonus berupa ikan.¹¹¹

d) *Customer Oriented*

Strategi yang tak kalah penting, yang menjadi faktor utama penentu keputusan pembelian konsumen adalah *customer oriented*, dimana strategi penjual yang berorientasi pada *customer*. Berdasarkan pengamatan peneliti, beberapa pedagang di Pasar Ikan Hias Johar telah menerapkan strategi ini, mereka memberikan pelayanan yang ramah kepada setiap pengunjung, memberikan saran yang tepat sesuai kebutuhan pelanggan, serta memberikan informasi detail tentang

¹⁰⁹ Wawancara dengan Bapak Ari pemilik kios Aquatopia di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, pada tanggal 29 November 2024.

¹¹⁰ Wawancara dengan Ibu Sri pemilik kios Diva Aquarium di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, pada tanggal 29 November 2024.

¹¹¹ Wawancara dengan Bapak Heri pemilik kios Fantasy Betta di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, pada tanggal 29 November 2024.

jenis ikan, cara perawatan, desain aquarium yang menarik, hingga solusi bagi pelanggan yang baru memulai hobi ikan hias.¹¹²

Menerapkan pelayanan yang cepat dan responsif juga menjadi salah satu *customer service* yang dijalankan di sebagian besar kios yang ada di pasar ikan hias Semarang, dengan meningkatkan efisiensi transaksi, dan meminimalkan waktu tunggu, agar pelanggan akan merasa nyaman dan tidak terburu-buru. Meningkatkan kepuasan pelanggan melalui perbaikan terus-menerus berdasarkan masukan dan pengalaman pelanggan, memberikan garansi pada produk-produk tertentu juga menjadi bentuk *customer service* yang diberikan sebagian besar pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, yang merujuk pada *customer oriented*.

Gambar 3.11
Customer Service



Dengan kombinasi strategi pemasaran digital, layanan pengiriman, promosi diskon dan paket bundling, serta *customer oriented*, Pasar Ikan Hias Johar Semarang dapat memperluas pangsa pasarnya, menarik lebih banyak pengunjung, dan meningkatkan *brand awareness* di tingkat lokal maupun regional.

¹¹² Observasi pada tanggal 23-30 November 2024 di Pasar Ikan Hias Johar Semarang.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang Perspektif Al-Ghazali

Menurut perspektif Al-Ghazali, etika bisnis Islam menekankan pentingnya menjalankan suatu usaha dengan nilai kejujuran, keadilan, transparansi, dan penghindaran dari perbuatan yang dapat merugikan pihak lain. Nilai-nilai tersebut tidak hanya berfungsi sebagai landasan moral saja, tetapi juga sebagai sarana untuk menciptakan kepercayaan dan keberkahan dalam menjalankan sebuah bisnis.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, menunjukkan bahwa sebagian pedagang belum mengetahui terkait etika bisnis yang sesuai dengan syari'ah Islam, serta pentingnya menerapkan etika bisnis Islam dalam suatu lingkup bisnis. Namun berdasarkan jawaban dari pertanyaan yang telah dilakukan pada saat wawancara, sebagian besar sudah mulai menerapkan prinsip syari'ah dalam berdagang. Akan tetapi penilaian tersebut tidak hanya terbatas pada point pemahaman terkait etika bisnis Islam saja, tetapi nilai-nilai implementasi yang diberikan bervariasi sesuai pada perspektif Al-Ghazali. Adapun penjelasan terkait masing-masing indikator pada teori Al-Ghazali adalah sebagai berikut:

1. “أَنْ لَا يَثْنِي عَلَى السِّلْعَةِ بِمَا لَيْسَ فِيهَا” (Tidak memuji barang yang di jualnya)¹¹³

Berdasarkan prinsip etika bisnis Islam, tidak memuji barang yang dijualnya termasuk salah satu bentuk dari penerapan etika bisnis Islam pada kajian teori Al-Ghazali. Tidak di perbolehkannya untuk memuji barang tersebut dikarenakan apabila kondisi barang yang asli tidak sesuai dengan yang di promosikan, hal tersebut akan membuat penjual masuk dalam kategori berbohong, padahal dalam prinsip syari'ah, ketika kita berjualan hendaknya diutamakan untuk berkata jujur.

Beberapa pedagang di Pasar Ikan Hias Johar masih banyak yang tidak mengetahui jika terlalu mengunggulkan kualitas barang yang di jualnya tidak diperbolehkan dalam Islam, namun bagi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar yang

¹¹³ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin*, Jilid II, Beirut: Dar Al-kotob Al-Ilmiyah, 2007, h. 76.

mengetahui terkait hal itu, menyatakan jika mengunggulkan kualitas barang yang dijual dirasa perlu dilakukan untuk suatu tujuan yang jelas.¹¹⁴

Hal ini dikarenakan persaingan di Pasar Ikan Hias Johar mendorong pedagang untuk melakukan promosi dengan menonjolkan kualitas barang mereka. Meski pedagang mengakui bahwa ada batasan tertentu dalam promosi, mereka merasa langkah ini diperlukan untuk menarik pembeli dan menjaga stabilitas penjualan. Namun, pedagang tersebut menegaskan bahwa informasi yang diberikan kepada pembeli tetap sesuai dengan kondisi barang sebenarnya, tanpa ada unsur kebohongan.¹¹⁵

Berdasarkan sudut pandang etika bisnis Islam menurut Al-Ghazali, tindakan promosi yang dilakukan pedagang ini masih bisa dianggap sesuai dengan prinsip dasar, yaitu kejujuran. Al-Ghazali mengajarkan bahwa kejujuran dalam bisnis adalah salah satu kunci keberkahan. Selama promosi tidak mengandung kebohongan atau manipulasi, dan informasi yang diberikan sesuai dengan fakta, maka promosi tersebut dapat diterima secara etis.

Analisis penulis pada perilaku pedagang yang memuji kualitas barang dagangan yang mereka jual secara berlebih tidak setuju, karena dalam kitab *Ihya' Ulumuddin* sudah di jelaskan bahwa terlalu memuji barang yang di jualnya termasuk kedalam larangan jual beli. Akan tetapi, pada kondisi saat ini, terkait konteks persaingan dagang yang semakin ketat, serta daya beli masyarakat yang telah menurun hingga hal itu berpengaruh terhadap target penjualan. Memuji kualitas barang yang dijualnya dengan tujuan untuk menarik minat pembeli, dan untuk mencapai target penjualan, penulis merasa hal tersebut tidak akan menjadi masalah, selama apa yang dipuji dan diunggulkan oleh pedagang tersebut tetap sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.

Selain itu, jika pedagang bisa menjamin tidak adanya kebohongan pada promosi yang ia lakukan pada barang yang ia jual, maka hal tersebut boleh saja dilakukan. Mengingat bagaimana kondisi perekonomian yang terjadi saat ini, membuat hampir semua pedagang mengalami kesulitan dalam memenuhi target

2024 ¹¹⁴ Wawancara dengan Ibu Sri (Diva Aquarium), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November

2024 ¹¹⁵ Wawancara dengan Bapak Arif (Vicky Fish), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November

penjualan. Hingga tak jarang beberapa pedagang terpaksa melakukan hal tersebut untuk menarik minat pembeli pada suatu barang atau ikan.

Namun, yang perlu ditekankan pada pedagang adalah bahwa dalam Islam, terutama menurut pendapat Al-Ghazali, aktivitas bisnis tidak hanya terfokus pada keuntungan material saja, akan tetapi juga harus membawa manfaat dan keberkahan bagi semua pihak. Oleh karena itu, pedagang tetap perlu berhati-hati agar promosi mereka tidak terjebak dalam praktik yang berlebihan atau menyesatkan, bahkan jika dilakukan dengan tujuan yang baik.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan, peneliti menyoroti bahwa meskipun pedagang di pasar ikan hias menghadapi tekanan persaingan yang tinggi, mereka tetap berupaya mempraktikkan etika dalam promosi mereka, namun tetap berusaha bahwa apa yang di promosikan tersebut telah sesuai dengan barang yang mereka jual. Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dapat diterapkan secara fleksibel dalam praktik bisnis modern, selama prinsip-prinsip dasar seperti kejujuran dan keadilan tetap dijaga.

2. **“أَنْ يُظْهَرَ جَمِيعَ عَيْبِ الْمَبِيعِ خَفِيَّتِهَا وَ جَلْمِهَا وَ لَا يَكْتُمُ مِنْهَا شَيْئًا” (Menyatakan segala kekurangan barang yang dijualnya, baik yang tersembunyi atau yang nyata terlihat dan tidak menyembunyikan sesuatu dari barang tersebut)/Kejujuran¹¹⁶**

Berkata jujur dalam menyatakan kekurangan barang menunjukkan penerapan etika moral yang diajarkan Al-Ghazali. Kejujuran ini tidak hanya membangun kepercayaan antara pedagang dan pembeli tetapi juga mencerminkan niat baik dalam setiap transaksi, yang merupakan inti dari etika bisnis Islam.

Berdasarkan data yang penulis peroleh, beberapa pedagang di Pasar Johar telah menunjukkan sikap terbuka dengan memberikan informasi tentang kondisi ikan yang dijual, seperti potensi masalah kesehatan atau kebutuhan perawatan tertentu. Sikap ini tidak hanya membangun kepercayaan tetapi juga membantu pembeli merasa lebih puas.

Seperti halnya pada ikan hias, terkadang pada saat penambahan stok ikan dari *supplier*, karena kurangnya proses karantina, ikan tersebut menjadi rentan

¹¹⁶ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin*, Jilid II, Beirut: Dar Al-kotob Al-Ilmiyah, 2007, h. 77.

terkena penyakit.¹¹⁷ Hal itu menjadi tantangan tersendiri bagi penjual, apakah penjual tersebut akan mengatakan secara jujur, yang nantinya bisa menyebabkan pembeli yang mengurungkan diri untuk membeli ikan, atau mengatakan yang sejujurnya terkait kondisi ikan. Namun dari 6 narasumber yang telah peneliti wawancarai, semuanya lebih memilih untuk mengatakan kondisi ikan dengan jujur dan transparansi.

Pada kondisi tersebut, pedagang memahami pentingnya memberikan informasi yang jelas dan jujur kepada pembeli, baik mengenai kondisi ikan maupun kualitas barang dagangan. pedagang tersebut berusaha untuk jujur kepada pembeli tentang kondisi barang dagangannya, termasuk jika ikan yang dijual sedang sakit atau cacat. Bahkan mereka memberikan tips perawatan dan pengobatan, hingga jaminan ikan untuk jenis ikan-ikan kecil. Selain mengatakan dengan jujur tentang kondisi ikan, salah satu pedagang ikan hias lainnya juga menerangkan bahwa dalam berbisnis yang utama adalah kejujuran.¹¹⁸

Kejujuran seperti ini sesuai dengan ajaran Al-Ghazali dalam etika bisnis Islam. Al-Ghazali yang menekankan bahwa pedagang tidak boleh menutupi kekurangan barang yang dijual karena hal itu bisa merugikan orang lain. Dengan berkata jujur tentang kondisi ikan, pedagang tidak hanya menjalankan prinsip syari'ah, tetapi juga menjaga kepercayaan pelanggan.¹¹⁹

Selain itu, pedagang menyadari bahwa kejujuran akan membawa kebaikan jangka panjang. Jika pelanggan merasa diperlakukan dengan jujur, mereka cenderung percaya dan kembali untuk berbelanja lagi. Jadi, keterbukaan tidak hanya baik secara moral, tetapi juga menguntungkan untuk usaha mereka.

Berdasarkan analisis penulis, beberapa hal yang telah dilakukan oleh pedagang sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang diajarkan oleh Al-Ghazali, karena beberapa pedagang mengungkapkan kejujuran itu penting, dan merupakan hal utama yang harus dilakukan oleh seorang pedagang karena kejujuran merupakan suatu kunci utama dalam berdagang. Hal ini mencerminkan sikap pedagang yang tidak hanya memprioritaskan keuntungan semata, tetapi juga

¹¹⁷ Wawancara dengan Ibu Ida (IntanAquarium), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

¹¹⁸ Wawancara dengan Ibu Atun (Pipit Mas Aquarium), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

¹¹⁹ Wawancara dengan Bapak Heri (Fantasy Betta), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 28 November 2024

menjaga hubungan baik dengan konsumen melalui keterbukaan informasi. Dengan mengalihkan pilihan pembeli ke ikan lain, pedagang juga menunjukkan upaya untuk tetap memenuhi kebutuhan pembeli tanpa merugikan mereka.

Pada aspek kejujuran, apabila diterapkan dengan baik, maka pedagang akan mendapatkan kepercayaan. Hal itu akan berpengaruh terhadap *loyalitas customer*, apabila pembeli merasa puas dengan pelayan pedagang, maka bukan tidak mungkin mereka akan melakukan pembelian ulang dan menjadi langganan di tempat tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang menyadari adanya keterkaitan yang erat antara kejujuran dan kepercayaan konsumen. Karena pedagang memahami jika kepercayaan merupakan asset penting dalam bisnis yang dapat membangun *loyalitas* pelanggan.

Selain itu penekanan pada kejujuran manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh pembeli saja, namun juga oleh pedagang, karena dengan kejujuran pedagang merasa mendapatkan ketenangan hati. Dalam konteks ini, pedagang memahami bahwa prinsip kejujuran menciptakan rasa tanggung jawab moral dan menghindarkan diri dari konflik batin yang mungkin muncul akibat tindakan tidak jujur. Dengan demikian, praktik kejujuran yang diterapkan pada pedagang secara konsisten, tidak hanya mencerminkan etika bisnis yang baik, tetapi juga menjadi investasi jangka panjang untuk mempertahankan pelanggan dan memperkuat reputasi pedagang di pasar.

3. **“أَنْ لَا يَكْتُمَ فِي الْمُبَادَرِ شَيْئًا” (Tidak menyembunyikan sedikitpun tentang kadarnya)/Tidak Gharar¹²⁰**

Al-Ghazali menekankan pentingnya keadilan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk perdagangan, untuk memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan penulis, di temukan beberapa hal yang berkaitan dengan spesifikasi barang seperti berat pasir dan batu yang dijual untuk *aquascape*, beberapa pedagang sudah cukup baik dalam memastikan keakuratan informasi terkait takaran pasir dan batu yang mereka jual, dengan menggunakan alat ukur berupa timbangan atau memberikan estimasi yang

¹²⁰ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin*, Jilid II, Beirut: Dar Al-kotob Al-Ilmiyah, 2007, h. 79.

jelas kepada pembeli. Mereka merasa hal ini penting dilakukan untuk menciptakan kepercayaan dan mencegah adanya kekecewaan di kemudian hari.¹²¹

Terlihat bahwa beberapa sudah menjalankan prinsip *tidak gharar* dalam aktivitas jual belinya. *Gharar* artinya adalah ketidakjelasan atau ketidakpastian yang bisa merugikan salah satu pihak dalam transaksi. Pedagang tersebut menjelaskan bahwa beliau menjual pasir dalam ukuran yang jelas, seperti satu kilogram untuk plastik kecil, dua kilogram untuk plastik besar, atau dalam bentuk karung jika pembeli membutuhkannya. Begitu juga dengan batu, yang dijual dengan timbangan khusus agar beratnya tepat. Cara berjualan seperti ini juga membantu membangun kepercayaan pembeli terhadap pedagang.

Berdasarkan analisis penulis, praktik yang dilakukan pedagang menunjukkan bahwa ia berusaha untuk berjualan secara adil dan jujur. Hal ini sudah sesuai dengan etika bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali. Penyampaian informasi yang jelas tentang barang yang dijual dan penggunaan timbangan mulai dari ukuran, berat, hingga cara pengemasannya yang akurat, membuat transaksi jadi lebih aman bagi pembeli. Ini sesuai dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya menghindari *gharar* atau ketidakpastian dalam jual beli. Hal ini membuat pembeli merasa yakin dan tidak ragu ketika bertransaksi. Dalam pandangan Al-Ghazali, transparansi seperti ini sangat penting karena mencegah kecurangan dan memastikan keadilan dalam perdagangan. Dengan cara ini, pedagang sudah menjalankan etika bisnis Islam dengan baik.

Meskipun masih ada pula pedagang yang kurang memperhatikan beberapa aspek seperti, tidak menggunakan takaran yang pasti terkait bungkusan pasir, dengan alasan karena tidak adanya patokan khusus terkait takaran dan harga pasir. Hal ini menuntut adanya pengawasan lebih ketat agar pedagang dapat memenuhi prinsip kejujuran secara konsisten.

4. **“أَنْ يَصْدُقَ فِي سِعْرِ الْوَقْتِ وَلَا يَخْفَى مِنْهُ شَيْئًا” (Berkata benar tentang harga barang dan tidak menyembunyikan sesuatu)/Tranparansi¹²²**

2024 ¹²¹ Wawancara dengan Ibu Sri (Diva Aquarium), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November

¹²² Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin*, Jilid II, Beirut: Dar Al-kotob Al-Ilmiyah, 2007, h. 80

Keterbukaan dalam menyampaikan harga sesuai dengan kualitas barang menunjukkan penerapan prinsip *'adl* (keadilan) dan *sidq* (kejujuran). Al-Ghazali menekankan bahwa harga harus mencerminkan nilai yang sebenarnya dari barang yang dijual untuk memastikan keadilan dan kesesuaian dalam transaksi.

Prinsip transparansi ini selaras dengan ajaran Al-Ghazali yang menekankan pentingnya menghindari tindakan yang dapat merugikan pihak lain, seperti menyembunyikan kecacatan barang. Al-Ghazali dalam *Ihya Ulumuddin* menjelaskan bahwa pedagang yang jujur akan mendapatkan keberkahan dalam transaksi, sedangkan yang tidak jujur justru mendatangkan dosa dan merusak kepercayaan. Dengan menunjukkan sikap transparan, pedagang di pasar ikan hias Johar berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan menciptakan suasana perdagangan yang adil.

Sebagian besar pedagang berusaha memberikan harga yang sesuai dengan kualitas ikan yang mereka jual. Mereka menjelaskan komponen harga, seperti ukuran, jenis, dan kelangkaan ikan, kepada pembeli. Hal ini menciptakan hubungan yang saling percaya antara pedagang dan konsumen.¹²³

Pedagang juga menekankan bahwa transparansi adalah kunci utama untuk menjaga keberlanjutan usaha. Ketika seorang pedagang secara terbuka menginformasikan kondisi ikan yang sakit, pelanggan dapat membuat keputusan pembelian dengan lebih baik dan tidak merasa dirugikan. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi tidak hanya bermanfaat bagi pelanggan tetapi juga menjadi cara bagi pedagang untuk membangun reputasi dan loyalitas pelanggan.¹²⁴

Transparansi yang dijalankan oleh pedagang ini adalah bukti nyata bahwa prinsip etika bisnis Islam bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, bahkan di pasar tradisional. Dengan bersikap terbuka dan jujur, pedagang tidak hanya menjalankan kewajibannya sebagai muslim, tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan para pelanggannya.

Dalam praktiknya transparansi seperti ini memberikan bukti nyata bahwa nilai-nilai etika bisnis Islam, khususnya dalam perspektif Al-Ghazali, dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Transparansi tidak

¹²³ Wawancara dengan Bapak Ari (Aquatopia), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

¹²⁴ Wawancara dengan Bapak Heri (Fantasy Betta), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

hanya menjadi kewajiban moral, tetapi juga strategi bisnis yang mendukung keberlanjutan usaha di pasar tradisional.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan penulis, penulis menganalisis bahwa sikap yang ditunjukkan penjual ketika transaksi sudah sesuai dengan etika bisnis Islam perspektif Al-Ghazali. Pedagang secara eksplisit menyadari bahwa menyatakan keadaan barang dagangan yang sesungguhnya merupakan suatu bagian dari berbisnis yang sesuai dengan prinsip syari'ah. Mereka lebih memilih untuk mengatakan kondisi barang dengan adanya daripada menyembunyikan informasi. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang memahami resiko kekecewaan pembeli apabila kondisi barang tidak sesuai ekspektasi,

Selain itu, pedagang juga mengaitkan transparansi dengan upaya menjaga kepercayaan dan loyalitas pembeli. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa penjual menyadari dampak positif dari keterbukaan dalam menciptakan hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan. Menurut mereka kepercayaan merupakan asset penting dalam bisnis, terutama di Pasar Ikan Hias Johar, dimana kualitas barang tidak selalu dapat di pastikan hanya melalui pengamatan visual. Dengan memberikan informasi yang jujur, pedagang tidak hanya menjunjung tinggi integritas, tetapi juga membangun reputasi yang baik, yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

5. “بَعِيدًا عَنْ أَعْمَالِ الرِّبَا” (Jauh dari Perbuatan Riba)¹²⁵

Praktik menghindari riba sesuai dengan ajaran Islam yang ditekankan oleh Al-Ghazali. Mayoritas transaksi di pasar ini dilakukan secara tunai, yang menunjukkan bahwa praktik riba relatif jarang terjadi. Selain itu transaksi secara kredit juga jarang dilakukan pada pembeli di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, hal ini sejalan dengan prinsip Al-Ghazali yang menentang segala bentuk transaksi yang tidak adil. Pedagang juga cenderung menghindari penetapan bunga atau denda dalam sistem kredit.¹²⁶

Pada aspek penerapan etika bisnis Islam perspektif Al-Ghazali terkait larangan riba, sebagian besar pedagang di pasar ikan Johar menunjukkan kesadaran

¹²⁵ Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' Ulumiddin*, Jilid II, Beirut: Dar Al-kotob Al-Ilmiyah, 2007, h. 104

¹²⁶ Wawancara dengan Bapak Heri (Fantasy Betta), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 28 November

untuk menghindari praktik yang mengandung unsur riba, terutama dalam transaksi kredit. Namun apabila *customer* meminta transaksi secara kredit, terdapat alternatif yang ditawarkan oleh sebagian pedagang.¹²⁷

Mereka memiliki cara khusus untuk menghindari praktik riba, terutama dalam transaksi kredit. Pedagang tersebut menjelaskan bahwa jika ada pembeli yang ingin membeli barang secara kredit, mereka biasanya mengarahkan pembeli untuk menggunakan aplikasi pihak ketiga seperti *Shopee* atau *Tokopedia*. Dengan cara ini, pedagang tidak terlibat langsung dalam urusan kredit yang mungkin mengandung bunga (riba), karena pembeli bertransaksi langsung dengan pihak aplikasi tersebut.

Pedagang ini juga mengungkapkan bahwa solusi ini membantu mereka menghindari kerepotan, terutama karena mereka tidak memiliki mesin *EDC* (*Electronic Data Capture*) untuk menerima pembayaran kredit langsung. Di sisi lain, mereka tetap bisa melayani pembeli yang membutuhkan pembayaran secara cicilan tanpa harus melanggar prinsip syari'ah.

Pendekatan ini mencerminkan upaya pedagang untuk menjaga bisnis mereka tetap halal. Dalam pandangan Al-Ghazali, tindakan seperti ini sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, karena menghindari riba merupakan salah satu kewajiban penting dalam menjaga keberkahan dalam perdagangan. Pedagang menunjukkan sikap hati-hati (*ihiyat*) dengan memastikan bahwa transaksi mereka tidak melibatkan hal-hal yang dilarang oleh agama.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah dilakukan penulis, penulis berpendapat bahwa apa yang telah dilakukan pedagang di Pasar Ikan Hias Johar sudah sesuai dengan etika bisnis Islam perspektid Al-Ghazali. Hal itu dapat dilihat bahwa pedagang memahami pentingnya menjauhi riba dalam kegiatan bisnis mereka. Dengan mengalihkan transaksi kredit ke aplikasi pihak ketiga, mereka tetap bisa melayani kebutuhan pembeli tanpa melanggar aturan agama. Pendekatan ini menunjukkan bagaimana pedagang bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman sambil tetap memegang teguh prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

¹²⁷ Wawancara dengan Bapak Ari (Aquatopia), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

Menurut pedagang tersebut, penggunaan aplikasi pihak ketiga juga membantu mempermudah proses transaksi kredit bagi pembeli tanpa perlu bergantung pada fasilitas mesin *EDC* yang memang tidak dimiliki oleh semua pedagang. Keputusan ini sejalan dengan prinsip menghindari riba, sebagaimana ditekankan dalam pandangan Al-Ghazali, yang menegaskan pentingnya menjaga transaksi perdagangan tetap halal dan bersih dari praktik-praktik yang merugikan atau menimbulkan ketidakadilan.

Dengan menawarkan kredit tanpa bunga, pedagang tidak hanya mematuhi prinsip syari'ah tetapi juga menunjukkan kepedulian sosial, yang merupakan bagian dari etika bisnis Islam. Edukasi tentang sistem pembayaran sesuai syariah sangat diperlukan agar transaksi antara pedagang dan pemasok dapat dilakukan dengan lebih transparan dan adil.

B. Peluang dan Tantangan Bisnis di Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan penulis di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, terdapat beberapa peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang antara lain sebagai berikut:

1. Peluang

a. Permintaan Tinggi terhadap Ikan Hias

Ikan hias memiliki pasar yang terus berkembang, baik di tingkat domestik maupun internasional. Permintaan ini didorong oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap keindahan dan manfaat ikan hias dalam dekorasi rumah maupun tempat kerja. Dengan ketersediaan beragam jenis ikan hias di Pasar Johar Semarang seperti ikan koi, pedagang memiliki peluang besar untuk meningkatkan pendapatan.¹²⁸ Hal itu menunjukkan bahwa stabilitas permintaan ikan koi sepanjang tahun menjadi peluang besar bagi pedagang untuk terus meningkatkan penjualan. Terlebih lagi, jika pedagang mampu menyediakan ikan koi berkualitas tinggi dan sehat, nilai jualnya dapat meningkat secara signifikan. Pernyataan tersebut mengindikasikan pentingnya menjaga kualitas produk, mulai dari seleksi ikan, perawatan, hingga pengemasan sebelum dijual ke konsumen.

¹²⁸ Wawancara dengan Ibu Ida (Intan Aquarium), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

Selain itu, tingginya harga jual ikan koi berkualitas membuka peluang bagi pedagang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Namun, Al-Ghazali mengingatkan bahwa keuntungan harus diraih dengan cara yang halal, seperti tidak menaikkan harga secara berlebihan atau menjual ikan yang sakit tanpa memberitahu pembeli. Dengan cara ini, keuntungan yang didapat akan menjadi berkah dan mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, berdasarkan analisis penulis, stabilnya permintaan ikan koi bukan hanya peluang untuk keuntungan ekonomi, tetapi juga kesempatan bagi pedagang untuk menjalankan usaha yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan menjaga kualitas ikan dan kejujuran dalam berdagang, pedagang dapat membangun bisnis yang tidak hanya sukses, tetapi juga penuh keberkahan.

b. Lokasi Strategis

Pasar Johar terletak di pusat kota Semarang, yang memudahkan akses bagi pembeli dari berbagai daerah. Keunggulan geografis ini menjadikan pasar ini sebagai salah satu pusat perdagangan ikan hias yang penting di Jawa Tengah. Lokasi strategis ini memberikan peluang besar bagi pedagang untuk menarik lebih banyak pelanggan.¹²⁹

Selain itu, adanya fasilitas umum yang mendukung, seperti transportasi dan parkir, turut memudahkan pembeli dan pedagang dalam melakukan transaksi. Dengan pengelolaan yang baik, potensi lokasi strategis ini dapat dioptimalkan lebih lanjut.

Berdasarkan beberapa hal di atas, penulis berpendapat bahwa lokasi Pasar Johar yang strategis sebagai pasar terbesar di Semarang memberikan peluang besar bagi pedagang ikan hias untuk menjangkau pelanggan. Popularitas Pasar Johar sebagai pusat ikan hias membuat orang-orang langsung mengenal dan mempercayai pasar ini sebagai tempat utama untuk membeli ikan hias. Hal ini menjadi keunggulan tersendiri karena pedagang tidak perlu terlalu banyak mengedukasi calon pembeli tentang lokasi pasar, sehingga fokus mereka bisa lebih diarahkan pada pemasaran produk dan pelayanan.

¹²⁹ Wawancara dengan Ibu Atun (Pipit Mas Aquarium), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

Selain itu, lokasi yang sudah dikenal luas juga berpotensi menarik pelanggan dari berbagai daerah, bahkan luar kota, sehingga meningkatkan peluang penjualan. Dengan memanfaatkan daya tarik pasar ini, pedagang dapat memperluas jaringan pelanggan sekaligus menjaga keberlanjutan bisnis mereka.

c. Media Sosial dan *Online Shop*

Media sosial juga bisa menjadi alat untuk membawa manfaat, baik bagi penjual maupun pembeli. Pedagang merasa jangkauan yang di dapatkan dari *online shop* lebih luas, selain itu *insight* yang diberikan lebih memuaskan. Dari hal itu pedagang bisa mendapatkan keuntungan dengan menjual ke pasar yang lebih luas, sementara pembeli mendapatkan kemudahan untuk menemukan barang yang mereka butuhkan.¹³⁰ Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan pedagang untuk mempromosikan produk mereka ke lebih banyak orang, bahkan di luar daerah mereka, sehingga jangkauan pasar menjadi lebih besar.

Dalam pandangan etika bisnis Islam menurut Al-Ghazali, menggunakan media sosial untuk memperluas bisnis adalah hal yang baik selama dilakukan dengan cara yang benar sesuai dengan prinsip kemaslahatan. Al-Ghazali mengajarkan bahwa bisnis harus dilakukan dengan jujur, adil, dan tidak menipu. Ini artinya, saat pedagang menjual produk melalui media sosial, mereka harus memberikan informasi yang sesuai dengan kenyataan, seperti menjelaskan kualitas produk dengan benar dan tidak memberikan janji-janji palsu.

Namun, Al-Ghazali juga menekankan bahwa dalam berbisnis, niat yang baik sangat penting. Misalnya, menggunakan media sosial tidak boleh untuk menjual produk yang merugikan orang lain atau menipu konsumen. Sebaliknya, pedagang harus menjadikan bisnis mereka sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan orang dengan cara yang adil dan berkah.

Berdasarkan analisis penulis, penulis menyoroti adanya pemanfaatan media sosial secara efektif, pedagang tidak hanya bisa mengembangkan usaha mereka, tetapi juga mendapatkan keberkahan dalam usaha tersebut. Selain itu

¹³⁰ Wawancara dengan Bapak Ari (Aquatopia), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

marketplace juga memberikan peluang besar dalam mengembangkan usaha karena jangkauannya yang luas dan kemampuan untuk menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Media sosial memungkinkan pedagang untuk mempromosikan produk secara gratis atau dengan biaya iklan yang relatif rendah. Hal ini memberikan keuntungan, terutama bagi pedagang kecil, karena mereka dapat bersaing di pasar yang lebih luas tanpa harus memiliki modal besar untuk pemasaran tradisional.

Dengan peluang ini, pelaku usaha yang adaptif terhadap teknologi digital akan memiliki keunggulan kompetitif. Namun, mereka juga perlu memastikan bahwa penggunaan media sosial dan *marketplace* disertai dengan pelayanan yang baik, seperti tanggapan cepat terhadap pertanyaan pelanggan dan deskripsi produk yang akurat. Hal ini akan meningkatkan reputasi bisnis di *platform digital* dan menarik lebih banyak pelanggan.

2. Tantangan.

a. Fluktuasi Harga dan Kesehatan Ikan

Faktor-faktor seperti perubahan musim, kualitas air, dan pasokan ikan memengaruhi stabilitas harga dan kondisi ikan hias. Pedagang sering kali kesulitan menjaga kualitas ikan, terutama dalam kondisi cuaca yang ekstrem atau pasokan yang terbatas.

Pada observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan, menunjukkan hasil bahwa fluktuasi harga menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi para pedagang ikan hias di Pasar Johar Semarang. Berdasarkan wawancara dengan salah satu narasumber, beberapa faktor yang memengaruhi fluktuasi harga meliputi ketersediaan pasokan, tingkat permintaan konsumen, serta kondisi cuaca yang memengaruhi kondisi dan kualitas ikan.¹³¹

Fluktuasi harga ini memberikan dampak langsung terhadap keberlanjutan usaha, terutama bagi pedagang kecil. Pedagang yang tidak memiliki modal besar sulit bersaing dengan pedagang besar yang mampu menyerap pasokan dengan harga lebih tinggi. Selain itu, beberapa pedagang

¹³¹ Wawancara dengan Bapak Arif (Vicky Fish), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

mengeluhkan kesulitan untuk menentukan harga jual yang stabil karena kurangnya informasi yang jelas mengenai standar harga di pasar.

Berdasarkan analisis penulis, untuk menghadapi fluktuasi harga, pedagang ikan hias bisa mencoba menjual berbagai jenis ikan dengan permintaan yang beragam. Dengan cara ini, mereka tidak hanya bergantung pada satu jenis ikan saja yang harganya bisa saja turun drastis. Selain itu, menjaga kesehatan ikan juga sangat penting. Pedagang bisa memanfaatkan teknologi sederhana pada saat karantina ikan, seperti sistem filtrasi air yang baik, pengaturan suhu yang tepat, dan pakan berkualitas, agar ikan tetap sehat. Ikan yang terawat dengan baik cenderung memiliki nilai jual lebih tinggi, sehingga bisa mengurangi risiko kerugian meski harga pasar sedang tidak stabil.

Di era digital ini, pedagang juga bisa memanfaatkan media sosial dan platform online untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan begitu, mereka tidak hanya bergantung pada pelanggan di sekitar wilayah mereka. Selain itu, menjalin hubungan yang baik dengan pemasok juga bisa menjadi strategi untuk mendapatkan harga yang lebih stabil. Bersikap transparan dengan konsumen mengenai kualitas ikan dan harga juga dapat membangun kepercayaan, sehingga mereka akan lebih loyal untuk berbelanja lagi di kemudian hari.

b. Kurangnya Edukasi tentang Etika Bisnis Islam

Selain pada tantangan terkait fluktuasi harga, berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan terdapat beberapa tantangan lainnya seperti masih minimnya pengetahuan terkait etika bisnis Islam pada sebagian pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, selain karena beberapa pedagang yang berasal dari kalangan non-muslim, kurangnya sosialisasi terkait etika bisnis Islam dan berbisnis sesuai dengan aturan atau prinsip syari'ah juga menjadi salah satu hambatan atau tantangan yang dihadapi oleh pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang. Sebagaimana yang dituturkan Bapak Heri pada wawancara yang telah dilakukan penulis¹³²

¹³² Wawancara dengan Bapak Heri (Fantasy Betta), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

Meskipun sudah banyak dari mereka yang telah menerapkan prinsip syari'ah, tidak semua pedagang memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Karena beberapa pedagang masih mempraktikkan cara-cara yang kurang sesuai dengan nilai-nilai syari'ah, seperti tidak menggunakan takaran dalam menjual pasir dan batu *aquascape*, meskipun tidak ada patokan khusus terkait takaran dalam timbangan pasir akan tetapi untuk memastikan keakuratan jumlah timbangan batu juga perlu diperhatikan.

Berdasarkan analisis penulis, untuk menghadapi tantangan diatas di perlukan pendekatan edukasi yang sistematis untuk meningkatkan kesadaran pedagang. Edukasi itu dapat dilakukan dengan mengikuti seminar dan pelatihan rutin terkait konteks berbisnis yang sesuai dengan prinsip syari'ah. Selain itu pemerintah setempat bersama dengan pengawas pasar dapat berkolaborasi untuk mengadakan sosialisasi yang melibatkan tokoh ahli syari'ah dan tokoh masyarakat. Dengan demikian, pedagang dapat memahami pentingnya menjalankan usaha sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang diajarkan oleh Al-Ghazali.

c. **Persaingan Pasar**

Munculnya pasar ikan hias lain, baik secara *offline* maupun *online*, menciptakan persaingan yang ketat. Pedagang di Pasar Johar Semarang harus terus berinovasi dalam layanan dan strategi pemasaran untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.¹³³

Berada pada lingkup pasar menjadi faktor utama persaingan itu terjadi, ditambah lagi dengan kondisi pasar yang terkadang sepi pembeli membuat sebagian pedagang berlomba-lomba melakukan penurunan harga dan promosi barang dagangan mereka untuk menarik minat pembeli. Selain itu pembeli yang menginginkan barang dan ikan dengan kualitas bagus namun dengan harga yang murah juga menjadi tantangan tersendiri bagi pedagang.¹³⁴

Terutama pasar online menjadi salah satu faktor utama menjadi penyebab tantangan di Pasar Ikan Hias Johar Semarang semakin tinggi. Karena

¹³³ Wawancara dengan Ibu Atun (Pipit Mas Aquarium), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

¹³⁴ Wawancara dengan Ibu Sri (Diva Aquarium), di Pasar Ikan Hias Johar Semarang, 29 November 2024

kebanyakan masyarakat lebih memilih berbelanja di aplikasi *market place* tersebut karena lebih mudah dijangkau dan dari segi harga lebih terjangkau, meskipun dari segi keaslian *market place* tidak bisa menjamin, namun pasca corona itu orang-orang menjadi semakin malas untuk berbelanja secara *offline*. Dan sebagian besar pedagang di pasar ikan hias johar pun masih belum mengetahui terkait *market place* tersebut, mereka hanya mengandalkan penjualan secara *offline*. Padahal jika kita menilik grafik penjualan di *market place* akan lebih menguntungkan, selain jangkauan pasarnya yang luas, Dimana hal itu akan mempengaruhi target pasarnya yang akan semakin luas juga termasuk ke luar pulau bahkan luar negeri.

Berdasarkan analisis penulis pada tantangan pedagang terkait persaingan pasar, salah satu langkah yang dapat diambil pedagang adalah dengan memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* untuk mempromosikan produk mereka. Ikut bergabung dengan online shop juga dapat menjadi salah satu Solusi yang dapat dilakukan oleh pedagang untuk saat ini, karena mau tak mau kita harus tetap mengikuti perkembangan teknologi yang semakin canggih. Disisi lain jangkauan yang di dapat dari melakukan penjualan pada online shop juga lebih luas.

Selain itu, peningkatan kualitas layanan, seperti memberikan konsultasi tentang perawatan ikan hias, dapat menjadi nilai tambah bagi pelanggan. Dari beberapa solusi diatas, penulis percaya tantangan tersebut akan dapat diatasi oleh pedagang.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Implementasi Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali di Pasar Johar Semarang, sebagian besar pedagang telah mengimplementasikan prinsip-prinsip seperti transparansi dalam menyampaikan kekurangan barang, kejujuran dalam timbangan, berkata benar tentang harga, serta menghindari praktik riba. Penerapan ini mencerminkan keadilan (*adl*), dan akhlak mulia yang diajarkan dalam Islam. Prinsip ini tidak hanya menjaga kepercayaan konsumen, tetapi juga membantu menciptakan keberkahan dalam perdagangan. Akan tetapi pada praktiknya masih terdapat perilaku yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam perspektif Al-Ghazali, seperti memuji barang yang dijualnya. Berdasarkan penuturan pedagang di Pasar Ikan Hias Johar, pada kondisi saat ini, melakukan promosi dengan memuji atau mengunggulkan kualitas barang dirasa perlu, untuk menarik minat pembeli, selain itu juga untuk menghadapi persaingan pasar di tengah masalah menurunnya daya beli masyarakat Indonesia saat ini, yang tidak hanya terjadi pada sektor perikanan saja, akan tetapi pada seluruh aspek perekonomian Indonesia sedang berada pada titik lemah.
- 2) Terkait peluang dan tantangan pada penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan, seperti kurangnya pemahaman mendalam tentang prinsip syari'ah, tekanan persaingan yang memicu praktik tidak etis, dan persaingan pasar. Hal ini membuat para pedagang perlu meningkatkan konsistensi dalam menerapkan etika bisnis Islam. Meskipun demikian, pedagang yang telah konsisten menjalankan prinsip ini mengakui dampak positifnya terhadap hubungan dengan konsumen dan keberlanjutan usaha mereka.

Secara keseluruhan, penerapan etika bisnis Islam dari perspektif Al-Ghazali di pasar tradisional seperti Pasar Johar memiliki potensi besar untuk menciptakan lingkungan perdagangan yang adil dan berkelanjutan. Dengan mengatasi tantangan yang ada, implementasi ini dapat menjadi referensi bagi pasar-pasar lain dalam mengimplementasikan nilai-nilai syari'ah ke dalam praktik bisnis.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang dapat penulis ajukan:

- 1) Untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada, pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang perlu berfokus untuk mengikuti pelatihan terkait pengembangan kapasitas dalam pemasaran digital, melalui pelatihan tersebut diharapkan dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing pasar secara keseluruhan. Selain itu pedagang di Pasar Johar disarankan untuk terus meningkatkan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam melalui pelatihan atau kajian keagamaan. Hal ini akan membantu para pedagang dalam menjalankan bisnis secara lebih konsisten sesuai nilai-nilai syari'ah. Selain itu, pedagang perlu membangun komunitas yang mendukung praktik perdagangan yang adil dan etis untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih sehat.
- 2) Pengelola pasar dan pihak terkait diharapkan dapat memperkuat pengawasan terhadap praktik perdagangan, menyediakan program edukasi tentang etika bisnis Islam, serta memberikan penghargaan kepada pedagang yang konsisten menerapkan nilai-nilai syari'ah. Langkah-langkah ini diharapkan dapat mendorong penerapan etika bisnis Islam secara lebih menyeluruh, menciptakan pasar yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga berkah bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Dzaki, (2013) “*Etika Bisnis Dalam Perspektif Pemikiran Al-Ghazali*”, Jurnal At-Taahdzib Vol.1 No. 1.
- A, Siti, Suhar & Saijun, (2023) *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pasar Sungai Bengkal)*, Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah, Vol. 1, No. 3.
- Afdawaiza, (2009) *Etika Bisnis dan Ekonomi dalam Pandangan al-Ghazali*, Jurnal Esensia, Vol. 10.
- Ahmad, A.K. Muda, (2006) *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Reality Publisher.
- Ahmad, Mustaq. (2001) *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Pustaka al-Kautsar.
- Ahmad, P. D. (2012) *The Concept of Islamic Work Ethic: An Analysis of Some Salient Points in the Prophetic Tradition. International Journal of Business and Social Science*, Vol.3 No.20.
- Al-Gazali, Abu Hamid, (1982) *Ihya Ulum Ad-Diin* Jilid II, (Beirut: Dar An-Nadwah, t.th)
- Al-Ghazali (1982). *Ihya' 'Ulumuddin Jilid 5. In M. Prof. Tk. H. Ismail Yakub SH, Terjemahan Ihya' Al-Ghazali*. Semarang: CV. Faizan
- Al-Ghazali, (1982) *Ihya 'Ulum Al-Din* Jilid IV, (Beirut: Dar An-Nadwah, t.th)
- Al-Hasan, Fahadil Amin, (2014) *Etika Bisnis Al-Ghazali*, Jurnal E-Sya Vol. 1, No. 1.
- Alma, Buchari, (2011) *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta,
- Alma, Bukhari. (1997) “*Pengantar Bisnis*”, Bandung, Alfabeta,
- Amalia, Euis, (2007) “*Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam dari Masa Klasik Hingga Kontemporer*”, Jakarta: pusaka asatruss.
- Amalia, Fitri, (2014) “*Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Bisnis Usaha Kecil*”, Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah UIN Jakarta
- Andriansyah S. M., Khusnul F., (2021) *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pembudidaya Ikan Guppy (Studi Pada Guppyjunior Surabaya)*, Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, 4 (3)

- Anita, Siska Yuli. (2022) *Analisis Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelaku UMKM, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 8, No. 01*
- Arifin, Johan. (2009) *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press.
- Ashâbuni, Muhammad Ali. (1993) *Rowai'yul Bayan Tafsir ayat Ahkam*, Murojaah: M Zuhri Semarang: CV As-Syifa.
- Berten, K. (2000) *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius,
- Djaelani, Abdul Qodir. (2021) *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Modal Usaha Terhadap Keuntungan Usaha (Studi Kasus Pada Koperasi Mahasiswa Walisongo Tahun 2020)*”, Semarang: Jurnal UIN Walisongo Semarang.
- Endro, Gunadi. (1999) *Redefinisi Bisnis; Suatu Penggalian Etika Keutamaan Aristoteles*, Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo.
- Fadli, Muhammad Rijal. (2021) *Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Jurnal Humanika UNY, Vol. 21, No. 1.
- Fauzan, I. N. (2014) *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek H.Slamet di Kota Malang*, Jurnal Modernisasi, Volume 10, No. 01
- Fikri, Sofil. (2021) *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perkembangan Bisnis Online Antardinhijabs*, Jurnal Digilib UINSA
- Gitosudarmo, Indriyo. (1999) *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta, BPFE.
- Haq, Arinal, “*Larangan Curang dalam Timbangan dan Takaran*”, <https://www.hisbah.net>
- Harahap, Sofyan S, (2011) “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*”, Jakarta: Salemba Empat.
- Hofifah, Siti. (2020) *Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam*, Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Vol. 3, No. 2.
- <https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2015/04/23/3/letak-geografis-kota-semarang.html>,
Letak Geografis Kota Semarang.
- Huda, Choirul, (2013) “*PEMIKIRAN EKONOMI BAPAK EKONOMI ISLAM; IBNU KHALDUN*”, Jurnal Ekonomica, Vol. 4, No. 1.

- Huda, Choirul, (2016) “*MODEL PENGELOLAAN BISNIS SYARI’AH: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang*”, Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 24, No. 1.
- Ilyas, *Stratarisasi Maqashid Al-Syari’ah terhadap Kemashlahatan dan Penerapannya*, Hukum Islam, Vol. 14, No. 1, 2014
- K. Bertenz, “*Etika*”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 22.
- Kaharuddin, (2021) *Kualitatif: Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi*, Makassar, Equilibrium: Jurnal Pendidikan, Vol. IX, Issu 1.
- Kanaya, Widiani Tite, (2021) *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dalam Persepektif Ekonomi Islam*, UIN Raden Intan Lampung.
- KBBI. (1989) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka
- Kemenperindag, *Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Tentang Lembaga-Lembaga Usaha Perdagangan*, kemendag.go.id,
- Kementerian Kelautan dan Perikanan, *KKP Optimistis Indonesia Bisa Jadi Eksportir Ikan Hias Nomor Satu di Dunia*, kkp.go.id,
- Kementerian Kelautan dan Perikanan, *Tingkatkan Industri Ikan Hias, KKP dan Komunitas Hobi Gelar Nusatic 2024*, kkp.go.id,
- Kunto, Suharsimi Ari. (2010) *Prosedur Penelian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Mariani, (2021) “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Praktik Ritel Berbasis Syariah*”, Jurnal Repository IAIN Pare.
- Muhammad, (2004) *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muheramtohad, Singgih dan Fita Nurotul Faizah. (2022) “*PEMIKIRAN EKONOMI KARL MARX MENURUT KONSEP EKONOMI ISLAM*”, Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman, Vol. 12, No. 1.
- Na’afi, Septiana, (2019) “*Rahasia Dagang (HaKI) dalam Etika Bisnis Syari’ah*”, Jurnal Studi Islam, Vol. 1, No. 1.

- NU Online, *Surah Al-Isra' Ayat 35*, [Surat Al-Isra' Ayat 35: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online](#), diakses pada September 2024
- Nurmadiansyah, M. Toriq. (2021) *Etika Bisnis Islam Konsep dan Praktek*, Yogyakarta: CV Media Pustaka.
- Panuju, Redi. *Etika Bisnis*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 1995
- Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (Rpjpd) Kota Semarang Tahun 2005-2025.
- Putriasih, Septy. *Penerapan Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Ghazali Pada Petani Kopi di Koperasi Kebun Makmur Yogyakarta*, UII Yogyakarta, 2018
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Manusia Press, 1993
- Raditya, Rendi. *Pelanggaran Hak-hak Konsumen oleh Pelaku Usaha Dalam Pengurangan Berat Bersih*, UPN Veteran, Jawa Timur.
- Rahmananda, Frendy. (2021) *Analisis Strategi Pemasaran Budidaya Ikan Hias di Arif Fish Farm Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur*, IAIN Metro Lampung.
- S, Adiwarmanto & Karim. (2006) *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press.
- Silviyah, Nur Manna & Novieati Dwi Lestari, (2022) *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dalam Meningkatkan UMKM*, Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam, Vol. 10.
- Sopingi, Imam. (2016) *Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali: Telaah Kitab Ihya' 'Ulum Al-Din*, Iqtishoduna Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Malang.
- Sugiyono, (2010) *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung: Alfabeta.
- Sunanti, Sri Fitriani & Sri Deti. (2022) *Etika Bisnis Islam Menurut Imam Al-Ghazali Dan Yusuf Al-Qaradhawi*, Jurnal Studi Islam Lintas Negara, Vol. 4, No. 1.
- Tafsir Kemenag, *Tafsir Surah An-Nisa' Ayat ke-65*, quranweb.id, diakses pada September 2024
- Taufiq, Rochmat. (2020) *Penerapan Etika Bisnis Islam Perspektif Al-Gazali Di Kalangan Paguyuban Pedagang Kaki Lima Berjan*, Yogyakarta: UII
- Tim Penyusun Ensiklopedi Islam, (1997) *Ensiklopedi Islam*, Jakarta: Van Hoeve Letiar Baru.

- Wulandari, Aprilian Tri. (2021) *“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pedagang Sempako Di Pasar Dolopo Madiun”*, Skripsi IAIN Ponorogo.
- Ya’kub, Hamzah. (1993) *Etika Islam: Pembinaan Akhlakul Karimah*, Bandung: CV. Diponegoro,
- Yunus, M. Arif dan M. Ismail Yusanto. (2011) *Pengantar Ekonomi Islam*, Bogor: Al Azhar Press.
- Yusuf, Saifudin. (2021) *Analisis Praktik Etika Bisnis Syariah (Studi Kasus Pasar Ngunut)*, Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), Vol. 6, No. 2.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 – Dokumentasi



Wawancara dengan Bapak Heri
(Pemilik Kios Ikan Fantasy Betta)



Wawancara dengan Ibu Ida
(Pemilik Kios Intan Aquarium)



Wawancara dengan Bapak Ari
(Pemilik Kios Aquatopia)



Wawancara dengan Ibu Atun
(Pemilik Kios Pipit Mas Aquarium)



Wawancara dengan Ibu Romsih
(Pemilik Kios Diva Aquarium)



Wawancara dengan Bapak Arif
(Pemilik Kios Vicky Fish)

Rangkuman Hasil Wawancara Pembeli

Informan : Arief

Tanggal : 21 September 2024

Tempat : Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Hasil Wawancara

- 1) Seberapa sering Anda membeli ikan di pasar ini?

Jawaban: Tidak terlalu sering, hanya mampir sesekali

- 2) Dari beberapa pasar yang ada di Semarang mengapa memilih berbelanja di Pasar Ikan Hias Johar?

Jawaban: Karena lebih banyak variasi ikan dan lebih banyak penjualnya, harga yang ditawarkan lebih terjangkau juga dengan kualitas yang lebih bagus daripada pasar lain.

- 3) Selama beberapa kali berbelanja disini, pernahkah anda menjumpai perilaku pedagang yang tidak menyenangkan dan cenderung menyimpang?

Jawaban: Pernah, saat saya beli ikan kecil-kecil buat *aquarium aquascape* saya, saat itu ada pedagang di satu kios menawarkan harga ikan yang *relative* lebih murah di banding yang lain. Disitu dia juga bilang kalo ikannya sehat karna uda dikarantina, pas sampe kos ketika saya lepas ikannya masih baik-baik aja, tapi malemnya sampe esok harinya satu persatu ikannya mulai mati. Ketika ikannya saya fotokan ke teman saya yang lebih paham tentang ikan, katanya ikan itu kena jamur, dan ciri-cirinya sekornya geripis gitu, terus badannya kaya ada kapas putih, dan ketika saya konsultasi ke pedagang lain terkait ikan yang terkena jamur, ternyata benar ciri-cirinya seperti itu, jujur itu bikin kecewa sih. Mentang-mentang saya belum paham tentang ikan, saya dibohongin sama penjual itu. Jadi ngga mau lagi buat *repeat order* ditempat itu.

- 4) Apakah ada saran yang ingin anda sampaikan kepada pedagang?

Jawaban: Sebagai pembeli, saya berharap penjual lebih jujur dalam menyampaikan kondisi ikan dan menetapkan harga yang sesuai dengan kualitasnya. Daripada dia harus berbohong dan bikin orang kapok.

Informan : Putri
Tanggal : 21 September 2024
Tempat : Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Hasil Wawancara

- 1) Seberapa sering Anda membeli ikan di pasar ini?

Jawaban: Lumayan sering mba

- 2) Dari beberapa pasar yang ada disemarang mengapa memilih berbelanja di Pasar Ikan Hias Johar?

Jawaban: Karena dekat dengan gereja tempat saya ibadah, jadi biasanya setelah ibadah saya sempatin dulu buat mampir kesini

- 3) Selama beberapa kali berbelanja disini, pernahkah anda menjumpai perilaku pedagang yang tidak menyenangkan dan cenderung menyimpang?

Jawaban: Pernah mba, jadi waktu itu saya beli pompa air dengan merk A di tempat pedagang A, dengan harga sekian ya. Terus pas saya iseng buat tanya ke pedagang lain di kios B, dengan merk yang sama itu dapet harga yang lebih murah, mungkin andaikata saya survey dulu ngga akan nyesel, soalnya yang di pedagang A itu sudah saya tawar harganya cuma turun sedikit, bahkan masih jauh dengan harga yang pedagang B itu tawarkan.

- 4) Apakah ada saran yang ingin anda sampaikan kepada pedangang?

Jawaban: Saran saya, untuk penjual buat menetapkan harga yang lebih wajar dan sebanding dengan pedagang lain untuk barang dengan kualitas yang sama, sehingga pembeli merasa lebih adil dan percaya untuk berbelanja.

Informan : Ayu
Tanggal : 21 September 2024
Tempat : Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Hasil Wawancara

- 1) Seberapa sering Anda membeli ikan di pasar ini?

Jawaban: Lumayan sering

2) Dari beberapa pasar yang ada di Semarang mengapa memilih berbelanja di Pasar Ikan Hias Johar?

Jawaban: Karna nganterin temen sih, soalnya temen saya yang lebih tau tentang ikan

3) Selama beberapa kali berbelanja disini, pernahkah anda menjumpai perilaku pedagang yang tidak menyenangkan dan cenderung menyimpang?

Jawaban: Belum pernah kalo saya, karna kesini cuma liat-liat aja, sekalian nemenin teman beli ikan, cuma sesekali aja pernah beli ikannya, itupun temen saya yang pilihin mba.

4) Apakah ada saran yang ingin anda sampaikan kepada pedagang?

Jawaban: Ngga ada saran spesifik mba, tapi mungkin lebih ke meningkatkan kualitas pelayanan aja ya, karena menurut saya itu salah satu faktor yang paling pengaruh untuk menjadi daya tarik buat pembeli, karena *customer* itu suka dengan *service* yang bagus.

Rangkuman Hasil Wawancara Pedagang

Informan : Bapak Heri (Fantasy Betta)

Tanggal : 28 November 2024

Tempat : Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Hasil Wawancara

1) Sejak tahun berapa jualan ikan hias?

Jawaban: Dari tahun 2011

2) Kenapa tertarik berbisnis di ikan hias

Jawaban: Berawal dari hobby cupang, lalu tertarik untuk terjun langsung karena melihat peluang usaha di sektor ikan hias terutama cupang

3) Promosi penjualan melalui apa saja?

Jawaban: Tidak ada promosi khusus, tapi dulu pernah ikut komunitas ikan cupang juga jadi disitu saya bisa sekalian promosi ikan yang saya jual mba, terus saya juga pernah ngikuti lomba dan jadi juri juga, dan dari situ kan saya juga dapat nama, jadi istilahnya saya bisa sekalian promosi dagangan saya gitu mba.

- 4) Bagaimana pandangan anda, terkait promosi yang berlebih? Dalam konteks terlalu memuji kualitas barang? Karena di dalam islam sendiri kan tidak baik terlalu menggulkan kualitas barang, dikhawatirkan apabila tidak sesuai dengan keadaan barang yang sesungguhnya itu jatuhnya malah bohong. Apakah hal tersebut wajar dilakukan?

Jawaban: Ya ngga papa mba, selama kita bisa menjamin ikan yang kita unggulkan kualitasnya sudah sesuai dengan aslinya.

- 5) Apakah ketika ada pembeli yang masih awam tentang ikan, anda menjelaskan dan memberitahukan secara detail tentang ikan tersebut, termasuk kondisi sesungguhnya ikan yang akan dibeli? Termasuk ketika sakit?

Jawaban: Saya kasih tau karakteristik ikan yang mau dibeli aja mba, terus kalo lagi sakit juga saya bilang ke pembelinya, tapi biasanya ikan yang sakit saya sendirikan dulu biar ngga di beli pembeli.

- 6) Bagaimana jika ada pembeli yang meminta jaminan ikan hidup? Apa tanggapan anda dan bagaimana cara menanganinya?

Jawaban: Terus terang kalo jaminan ikan saya ngga bisa kasih mba, soalnya kan kaya cupang channa itu kan beli nya perbiji jadi ngga bisa mba, terus saya sudah memastikan juga kalo ikan yang saya jual sudah melalui proses karantina jadi insyaallah sudah aman, kaya guppy juga itu.

- 7) Ketika ada pembeli yang menginginkan satu jenis ikan, namun ikan tersebut sedang dalam keadaan yang tidak sehat, apa yang akan bapak lakukan?

Jawaban: Saya menyarankan untuk tidak membelinya mba, tapi kalo masih ngeyel mau beli saa kasih tau aja cara perawatannya dan penanganannya.

- 8) Seberapa penting kejujuran dan transparansi di terapkan dalam dunia bisnis?

Jawaban: Penting, soalnya untuk menjaga kepercayaan pembeli

- 9) Pernahkah bapak merasa bahwa kejujuran itu membawa kerugian untuk bisnis, namun bapak tetap memilih untuk jujur? Dan apa alasan bapak tetap melakukan hal tersebut?

Jawaban: Pernah mba, cuma ya saya milih tetap jujur aja, karna menurut saya kejujuran lebih penting mba

- 10) Terkait penetapan harga, apakah ada patokan khusus atau mengikuti harga di pasaran?

Jawaban: Saya punya patokan sendiri, karna *supplier* dan kualitas ikan yang saya jual kan beda

11) Menurut bapak ada ngga sih patokan khusus harga standar pasar?

Jawaban: Ngga ada sih mba, soalnya kalo saya kan yang di jual cupang, dan saya betul-betul ambil cupang dan channa atau ikan lainnya dengan kualitas yang bagus, jadi kalo mau nurut standar pasar ngga bisa mba

12) Bagaimana tanggapan dan cara bapak menangani jika ada yang mengeluhkan harga tinggi dan membandingkan harga disatu tempat dengan tempat bapak?

Jawaban: Ya kita kasih liat saja mba kualitas ikan cupang punya saya, karna saya yakin cupang yang saya jual punya grade yang bagus. Dan biasanya pembeli yang sudah tau pun bakal mengetahui kalo kualitas cupang atau ikan lain di tempat saya bisa dikatakan lebih bagus gitu mba

13) Ketika terjadi fluktuasi harga, bagaimana cara bapak mengatasi *complain* ke pelanggan?

Jawaban: Ya kan saya lebih mementingkan kualitas ya mba, dan kadang kalo lagi sulit itu harga cupang dengan kualitas atau Grade AA itu beneran yang mahal dari peternaknya, jadi ya mau ngga mau harganya bakal naik, saya jelaskan aja gitu, selanjutnya terserah pembeli, gitu sih mba.

14) Pernah ada transaksi kredit atau cicilan?

Jawaban: Belum pernah

15) Apabila ada yang meminta transaksi dengan cara kredit bagaimana cara anda menanganinya

Jawaban: Belum bisa sih mba kalo di saya.

16) Apa pendapat bapak, terkait pengambilan keuntungan yang berlebih? Soalnya dalam islam kan kalau keuntungan itu terlalu berlebih kan nanti jatuhnya riba

Jawaban: Kalo saya sih paling ngga 50% mba karena ini jualan ikan hidup yang resikonya lebih besar, kadang kan keuntungan itu juga bisa kita jadikan sebagai penutup kerugian ikan yang mati, trus biaya operasional juga mba. Dan menurut saya selama pembeli mau tandanya udah sah kan, soalnya yang saya tau didalam jual beli, dikatakan sah selama pembeli dan penjual sama-sama mau, dan sudah ada akad, dan kalo dalam ikan hias kan ngga ada patokan harga, dan harganya kan relative naik turun jadi ya selama sudah ada akad itu sah-sah aja mba, menurut saya.

17) Menurut bapak apa peluang dan tantangan yang dihadapi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang untuk saat ini?

Jawaban: Peluangnya sih karna disini pasar terbesar ya mba, jadi banyak yang datang kesini, cuma tantangannya lebih ke kurangnya sosialisasi tentang prinsip syari'ah, soale menurut saya kalo di lingkup pasar ini bisa menerapkan bisnis sesuai dengan etika bisnis Islam kaya yang mbake sebutkan tadi, pasti persaingan disini jadi lebih sehat, itu sih mba.

18) Menurut bapak apa peluang dan tantangan yang dihadapi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang untuk saat ini?

Jawaban: Menurut saya penting sih mba, tapi paling ngga di sosialisasikan terlebih dulu sih, soalnya kan masih banyak yang belum tau dan selama ini juga belum pernah ada pemahaman tentang hal itu, selain itu kan harus di kasi pemahaman tentang pentingnya penerapan berdagang sesuai dengan prinsip syariah, soalnya kan pengetahuan orang awam tentang prinsip syariah kan masih minim ya mba, baru setelah itu terserah ke pribadinya masing-masing aja.

Informan : Bapak Ari (Aquatopia)

Tanggal : 29 November 2024

Tempat : Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Hasil Wawancara

1) Sejak tahun berapa jualan ikan hias?

Jawaban: 2010

2) Kenapa tertarik berbisnis di ikan hias

Jawaban: Meneruskan usaha orang tua

3) Promosi penjualan melalui apa saja?

Jawaban: Media Sosial, dan interaksi langsung

4) Bagaimana pandangan anda, terkait promosi yang berlebih? Dalam konteks terlalu memuji kualitas barang? Karena di dalam islam sendiri kan tidak baik terlalu menggulkan kualitas barang, dikhawatirkan apabila tidak sesuai dengan keadaan barang yang sesungguhnya itu jatuhnya malah bohong. Apakah hal tersebut wajar dilakukan?

Jawaban: Kalau tujuannya untuk penjualan menurut saya tidak masalah, karena kita kan harus menjelaskan point dagangan kita ke pelanggan toh, agar mereka

mau beli, karna itu salah satu cara mengejar target penjualan. Jadi menurut saya masih perlu.

- 5) Apakah ketika ada pembeli yang masih awam tentang ikan, anda menjelaskan dan memberitahukan secara detail tentang ikan tersebut, termasuk kondisi sesungguhnya ikan yang akan dibeli? Termasuk ketika sakit?

Jawaban: Kalau memang pelanggan tidak tahu, ya kita jelaskan saja secara gamblang, termasuk jika ikan itu sakit, biar pelanggan nggak kapok beli di tempat kita

- 6) Bagaimana jika ada pembeli yang meminta jaminan ikan hidup? Apa tanggapan anda dan bagaimana cara menanganinya?

Jawaban: Kalau jaminan ikan terus terang agak susah ya, karena kan kita jualan barang hidup tapi kalo jaminan perjalanan dari toko ke rumah itu masih bisa memberikan jaminan, selama ada bukti konkritnya seperti video, dan tidak terlalu lama masa komplainnya. Jadi semua tergantung kesepakannya aja

- 7) Ketika ada pembeli yang menginginkan satu jenis ikan, namun ikan tersebut sedang dalam keadaan yang tidak sehat, apa yang akan bapak lakukan?

Jawaban: Kita wajib memberi tahu kalo ikan itu sakit, biar jatuhnya tidak bohong juga, tapi semisal pembeli tersebut masih kekeuh ingin membeli ikan tersebut terserah dia, yang penting kita sudah memberikan informasi yang jujur terkait kondisi ikan. Karna ada beberapa kasus pembeli yang ngotot, yang penting kita sudah menyampaikan kondisi ikan dengan jujur aja, selanjutnya bagaimana terserah pembeli.

- 8) Seberapa penting kejujuran dan transparansi di terapkan dalam dunia bisnis?

Jawaban: Sangat penting, karna yang jualan barang serupa kan banyak, jadi service apa yang bisa kita unggulkan dari penjual lain, contohnya juga dengan kejujuran tentang barang, membantu memberikan Solusi apabila ada kendala dalam perawatan ikan, karena menurut saya juga itu untuk menjaga kepercayaan pelanggan.

- 9) Pernahkah bapak merasa bahwa kejujuran itu membawa kerugian untuk bisnis, namun bapak tetap memilih untuk jujur? Dan apa alasan bapak tetap melakukan hal tersebut?

Jawaban: Pernah, tapi kalo saya yang penting jujur aja dulu, yang penting kepercayaan dulu, kalo pelanggan percaya nanti pasti bakal repeat order, meski sekalipun itu akan menurunkan penjualan

10) Terkait penetapan harga, apakah ada patokan khusus atau mengikuti harga di pasaran?

Jawaban: Kadang mengikuti harga pasar, tapi saya tetep punya patokan tersendiri, jadi selama keuntungannya uda cukup ya kenapa harus mengambil keuntungan tinggi-tinggi. Karena ngga ada gunanya juga menahan barang terlalu lama, yang penting buat saya adalah perputaran uangnya.

11) Menurut bapak ada ngga sih patokan khusus harga standar pasar?

Jawaban: Kalo patokan khusus yang wajar diambil di pasar ngga ada, karna setiap orang kan berhak menentukan harga dia rela untuk melepas barang tersebut. Karena kita sekarang mainnya ngga Cuma di satu wilayah aja, tapi sudah masuk ke ranah media social juga, jadi ngga ada gunanya mematok harga tinggi tapi barangmu ngga keluar, mending ambil aja untung secukupnya tapi uangnya muter.

12) Bagaimana tanggapan dan cara bapak menangani jika ada yang mengeluhkan harga tinggi dan membandingkan harga disatu tempat dengan tempat bapak?

Jawaban: Saya pribadi, kalo dia ngga suka dengan barang saya ya silahkan, tapi kita juga usaha buat rayu dengan memberikan keunggulan barang kita, tetep pembeli yang menentukan, tapi kita sebisa mungkin menjual dan menjelaskan dengan baik.

13) Ketika terjadi fluktuasi harga, bagaimana cara bapak mengatasi *complain* ke pelanggan?

Jawaban: Jelaskan aja kalo sekarang sudah ada kenaikan harga, dan diedukasi aja biar pelanggan bisa menerima

14) Pernah ada transaksi kredit atau cicilan?

Jawaban: Tidak

15) Apabila ada yang meminta transaksi dengan cara kredit bagaimana cara anda menanganinya

Jawaban: Paling kami bantu buat transaksi melalui aplikasi ketiga seperti shopee atau Tokopedia biar pembeli bisa transaksi melalui *kredit card*, jadi tidak melalui kami langsung, karena jika tidak memiliki mesin edc akan susah.

16) Apa pendapat bapak, terkait pengambilan keuntungan yang berlebih? Soalnya dalam islam kan kalau keuntungan itu terlalu berlebih kan nanti jatuhnya riba

Jawaban: Bagi saya kalo keuntungan tersebut sudah separuh ya mending saya kasih, daripada nahan barang terlalu lama, lebih beresiko sih soalnya disini jualnya kan ikan hidup ya.

17) Menurut bapak apa peluang dan tantangan yang dihadapi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang untuk saat ini?

Jawaban: Menurut saya lebih ke media sosial, Peluangnya ya dengan medsos jadi bisa menjual ke lingkungan yang lebih luas, jadi jangkauan pasarnya lebih luas. Tapi itu juga bisa jadi tantangan karena dengan *online shop* atau media social, itu juga berarti persaingannya semakin luas juga. Jadi disatu sisi ada *opportunity* yang lebih luas, di sisi lain ada saingan yang lebih banyak.

18) Menurut bapak apa peluang dan tantangan yang dihadapi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang untuk saat ini?

Jawaban: Ya, menurut saya penting, tap ikan kondisi orang beda-beda. Andaikata kitab isa berjualan dengan menerapkan prinsip syari'ah itu bagus, tapi kalo ngga bisa ya kita ngga bisa memaksa, semua kembali ke keyakinan masing-masing aja.

19) Dalam aktivitas jual beli di pasar ini, apakah bapak pernah mengetahui atau mendengar adanya pedagang yang melakukan praktik curang? Dan jenis kecurangan apa yang pedagang itu lakukan?

Jawaban: Ada dan itu kecurangan dalam monopoli pasar, jadi disini kan supplier ikan yang besar itu ada satu orang, nah pedagang itu selalu memborong habis ikan koi milik supplier tersebut, tapi ngga cuma itu, pedagang itu melarang *supplier* tersebut untuk memasok ikan koi lagi ke pedagang lain terutama di pasar ini, dengan penekanan dia tidak akan momborong habis ikan koi itu jika *supplier* tersebut memasok pedagang lain.

Informan : Ibu Sri (Diva Aquarium)
Tanggal : 29 November 2024
Tempat : Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Hasil Wawancara

- 1) Sejak tahun berapa jualan ikan hias?

Jawaban: 1999

- 2) Kenapa tertarik berbisnis di ikan hias

Jawaban: Sebenarnya ini meneruskan usaha alm. suami mba, dulu suami saya terjun ke bisnis ini karena beliau melihat peluang bisnis yang besar di pasar ikan hias

- 3) Promosi penjualan melalui apa saja?

Jawaban: Sosial media seperti *Instagram*, kadang juga *whatsapp*, tapi untuk yang sosial media ini yang upload anak saya mba, kadang juga melalui interaksi langsung dengan pelanggan, ada juga yang istilahnya getok tular, jadi kadang mereka datang kesini atas rekomendasi dari pelanggan lain gitu mba

- 4) Bagaimana pandangan anda, terkait promosi yang berlebih? Dalam konteks terlalu memuji kualitas barang? Karena di dalam islam sendiri kan tidak baik terlalu mengunggulkan kualitas barang, dikhawatirkan apabila tidak sesuai dengan keadaan barang yang sesungguhnya itu jatuhnya malah bohong. Apakah hal tersebut wajar dilakukan?

Jawaban: Sebenarnya kan ndak boleh ya mba, tapi sekarang itu pesaingnya kan sudah lumayan banyak ya, jadi kalo kita ngga menaikkan promosi dengan mengunggulkan barang, nanti minat pembeli turun dan itu akan berpengaruh ke target penjualan juga mba, jadi menurut saya kalo tujuannya untuk menaikkan target penjualan itu ngga papa si mba, selama kita mengunggulkan kualitas barangnya masih sesuai dengan kondisi barang yang sesungguhnya.

- 5) Lalu terkait penjualan pasir dan media *aquascape* lainnya, apakah ibu menggunakan takaran khusus dengan timbangan? Atau hanya perkiraan saja?

Jawaban: Pakai mba, termasuk pasir juga saya bungkusin dua macam, yang satu kiloan gitu kalo untuk yang plastik kecil, sama yang besar itu 2 kiloan. Semisal pembeli mau yang karungan juga ada. Terus kalo batu memang jualya kan perkilo ya mba, jadi saya punya timbangannya sendiri.

- 6) Apakah ada pelanggan yang protes terkait takaran timbangan pasir tersebut? Jika ada bagaimana tanggapan ibu? Dan cara mengatasinya

Jawaban: Belum pernah mba, soalnya kan pasir punya saya takarannya sudah saya pas kan perkilo ya, paling tanya aja berapa kilonya.

- 7) Apakah ketika ada pembeli yang masih awam tentang ikan, anda menjelaskan dan memberitahukan secara detail tentang ikan tersebut, termasuk kondisi sesungguhnya ikan yang akan dibeli? Termasuk ketika sakit?

Jawaban: Ya pasti mba, karna kita kan juga perlu mengedukasi pembeli sebelum membeli ikan, biar customer tidak salah pilih ikan, dan Ketika ada ikan sakit saya kasih tau ke *customer* kalo ikan itu masih dalam masa karantina. Tapi semisal *customer* tersebut tetap kekeuh untuk membeli ikan tersebut ya kita kasi edukasi terkait pengobatan dan perawatan, dan kita kasih aja gratis konsultasi lebih lanjut mba.

- 8) Bagaimana jika ada pembeli yang meminta jaminan ikan hidup? Apa tanggapan anda dan bagaimana cara menanganinya?

Jawaban: Kalo jaminan seperti mesin lampu dll gitu kita kasih jangka waktu 1x24 jam mba, selama kerusakan itu bukan *human error* soalnya dari sananya, dari *supplier* nya pun kadang ngga ngasih jaminan mba, tapi kalo ikan gitu, dibuatnya sesuai kesepakatan aja dan disertai bukti juga, dan kita ngga bisa ganti secara full sih, gitu mba.

- 9) Ketika ada pembeli yang menginginkan satu jenis ikan, namun ikan tersebut sedang dalam keadaan yang tidak sehat, apa yang akan ibu lakukan?

Jawaban: Saya jelaskan saja apa adanya mba, kalo ikan tersebut sedang sakit atau masih dalam tahap karantina, tapi jika tetap kekeuh ingin membeli, kita kasih tips and trick cara merawat dan menangani ikan tersebut.

- 10) Seberapa penting kejujuran dan transparansi di terapkan dalam dunia bisnis?

Jawaban: Sangat penting mba, dan itu saya jadikan prinsip dagang saya. karena saya yakin dengan kejujuran dan transparansi sama pembeli, insyaallah dalam mencari rezeki kita akan dimudahkan dan di lancarkan sama Allah SWT.

- 11) Pernahkah ibu merasa bahwa kejujuran itu membawa kerugian untuk bisnis, namun bapak tetap memilih untuk jujur? Dan apa alasan ibu tetap melakukan hal tersebut?

Jawaban: Pernah mba, apalagi yang menyangkut sama benda hidup ya, kadang ikan itu kan kalo sakit, trus kita kasih tau ke pembeli dianya ngga jadi beli ya, tapi ya menurut saya ngga papa, daripada kita menyampaikan kebohongan agar barang tersebut terjual. Karna saya yakin suatu saat itu pembeli bakal tau sendiri mba mana yang jujur mana yang engga, dan yang terpenting

bagi saya adalah kejujuran untuk mendapatkan kepercayaan pembeli, karna ketika *customer* percaya sama kita, saya yakin mereka bakal langganan di tempat kita

12) Terkait penetapan harga, apakah ada patokan khusus atau mengikuti harga di pasaran?

Jawaban: Di sebagian barang saya memiliki patokan sendiri, soalnya beberapa barang saya disekitar pasar sini cuma saya yang jual mba, tapi kalo untuk barang-barang atau ikan yang ada di pasaran tetap mengikuti harga pasar, paling nanti ya kami kasih diskon atau potongan harga lagi untuk menarik pembeli.

13) Menurut ibu ada ngga sih patokan khusus harga standar pasar?

Jawaban: Sebenarnya kalo patokan khusus itu ada si mba, cuma semua nanti tetap kembali ke pribadi masing-masing, apalagi untuk saat ini, soalnya kan ini pasar, dan yang dijual hampir sama semua, kalo nanti kita kekeuh mempertahankan harga, padahal harga nego dari pembeli tersebut masih masuk keuntungannya, nanti malah lari ke penjual lain kan malah sayang ya mba.

14) Bagaimana tanggapan dan cara ibu menangani jika ada yang mengeluhkan harga tinggi dan membandingkan harga disatu tempat dengan tempat ibu?

Jawaban: Kita kasih pengertian aja kalo dari sananya sudah naik, karna mungkin yang murah tad ikan juga barang ambilan lama ya mba, tapi kalo soal membandingkan harga tetap akan kami serahkan ke pembeli mau beli Dimana, tapi di sisi lain kami juga kan melakukan branding sama produk yang kita punya, soalnya kadang ada juga pembeli yang bohong mba, demi dapet harga murah kadang mereka mengadu domba pembeli satu dengan yang lainnya, bilang kalo disana ada harga murah, padahal sebenarnya harga patokannya sama, karna kita dari satu *supplier* yang sama.

15) Ketika terjadi fluktuasi harga, bagaimana cara ibu mengatasi *complain* ke pelanggan?

Jawaban: Kalo memang ada perubahan harga, dan *customer* protes akan kami jelaskan jika barang tersebut dari *supplier* nya sudah naik, karna kan sering berjalannya waktu semua pasti akan mengalami fluktuasi harga ya.

16) Pernah ada transaksi kredit atau cicilan?

Jawaban: Ada mba, pake system cicilan, tapi itu cuma buat bakulan aja mbak.

17) Apakah dari system cicilan tersebut ibu memberikan bunga disetiap jatuh tempo pembayaran?

Jawaban: Enggak mbak, karna kalo pake bunga jatuhnya malah riba nanti, jadi ya meskipun pake sisrem cicilan, tapi saya tidak memberikan bunga

18) Menurut ibu apa peluang dan tantangan yang dihadapi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang untuk saat ini?

Jawaban: Lebih ke *social media* sama *online shop* mungkin mba, soalnya tantangannya itu kan persaingannya semakin ketat dan harganya murah-murah juga, kita bersaing ngga cuma di satu derah atau bahkan di dalam negeri soalnya, tapi ke luar negeri juga. Kalau peluangnya, kita jadi bisa memasarkan produk yang kita punya dengan mudah dan cepat, serta jangkauannya lebih luas.

19) Bagaimana pendapat ibu terkait penerapan etika bisnis Islam di Pasar?

Jawaban: Menurut saya sih bagus-bagus aja ya mba, karna saya rasa akan lebih berepengaruh positif juga ke lingkungan pasar, cuma kalo untuk langsung di terapkan rasanya belum bisa, karena masih banyak yang belum ngerti makna etika bisnis itu sendiri secara gamblang, selain itu disini kan ada juga penjual yang non-muslim ya, jadi masih diperlukan sosialisasi terkait hal tersebut, jadi biar sdm nya teredukasi terlebih dahulu, sehingga seiring berjalannya waktu lingkungan pasar yang sesuai dengan etika bisnis islam itu akan terbentuk atau terlaksana dengan sendirinya.

20) Dalam aktivitas jual beli di pasar ini, apakah ibu pernah mengetahui atau mendengar adanya pedagang yang melakukan praktik curang? Dan jenis kecurangan apa yang pedagang itu lakukan?

Jawaban: Ada mbak, pedagang itu melarang *supplier* tanaman untuk memasok barang ke pedagang lain, agar hanya pedagang itu yang memiliki tanaman air untuk *aquascape* itu.

Informan : Ibu Ida (Intan Aquarium)

Tanggal : 29 November 2024

Tempat : Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Hasil Wawancara

- 1) Sejak tahun berapa jualan ikan hias?
Jawaban: 2003
- 2) Kenapa tertarik berbisnis di ikan hias
Jawaban: Cuma hobby, lama kelamaan kok ada peluang buat jualan, nah kebetulan suami ada tempat disini.
- 3) Promosi penjualan melalui apa saja?
Jawaban: Promosi ya interaksi langsung aja dengan pelanggan
- 4) Bagaimana pandangan anda, terkait promosi yang berlebih? Dalam konteks terlalu memuji kualitas barang? Karena di dalam islam sendiri kan tidak baik terlalu menggulkan kualitas barang, dikhawatirkan apabila tidak sesuai dengan keadaan barang yang sesungguhnya itu jatuhnya malah bohong. Apakah hal tersebut wajar dilakukan?
Jawaban: Menurut saya perlu, soalnya kan kalau suatu barang kita unggulkan kan pembeli jadi berminat to mba, jadi menurut saya perlu dilakukan dan sah-sah saja selama itu tujuannya untuk meningkatkan penjualan.
- 5) Lalu terkait penjualan pasir dan media *aquascape* lainnya, apakah ibu menggunakan takaran khusus dengan timbangan? Atau hanya perkiraan saja?
Jawaban: Kalo saya perkiraan mba, soalnya biasanya orang kan cari murahnya aja, dan itu biasanya bungkus kecil dengan plastik 1kg itu cuma 5 ribu, jadi saya perkiraan aja, kecuali yang karungan, itu baru beda karna sudah dari sananya mba.
- 6) Apakah ada pelanggan yang protes terkait takaran timbangan pasir tersebut? Jika ada bagaimana tanggapan ibu? Dan cara mengatasinya
Jawaban: Saya paling bilang aja, ini uda takarannya satu plastic itu ½ kg aja, untuk satu kilo kita ngga bungkusin. Tapi semisal mau yang satu kilo ya saya buat sendiri dengan harga yang berbeda tentunya.
- 7) Apakah ketika ada pembeli yang masih awam tentang ikan, anda menjelaskan dan memberitahukan secara detail tentang ikan tersebut, termasuk kondisi sesungguhnya ikan yang akan dibeli? Termasuk ketika sakit?
Jawaban: Ya saya jelaskan mba, kalo ikan itu sakit, jadi kalo missal dia masih mau beli, saya kasih tau aja cara mengobatinya gimana.
- 8) Bagaimana jika ada pembeli yang meminta jaminan ikan hidup? Apa tanggapan anda dan bagaimana cara menanganinya?

Jawaban: Kalo seperti ikan-ikan kecil yang 10 ribu dapet 5 semisal ada pembeli yang minta jaminan paling saya ganti tapi ngga bisa semuanya, misal belinya 5 ekor saya gantinya 3 ekor aja, ngga bisa full mba

- 9) Ketika ada pembeli yang menginginkan satu jenis ikan, namun ikan tersebut sedang dalam keadaan yang tidak sehat, apa yang akan ibu lakukan?

Jawaban: Kalo ikannya lagi tidak sehat ya kita kasih tau pembelinya aja mba, kalo ikan itu sedang lagi sakit, dan kita alihkan aja ke ikan lain kalo mau

- 10) Seberapa penting kejujuran dan transparansi di terapkan dalam dunia bisnis?

Jawaban: Penting mba, soalnya konsumen ketika kita kasih informasi yang jujur kan akan nyaman untuk beli ke kita kan mba.

- 11) Pernahkah ibu merasa bahwa kejujuran itu membawa kerugian untuk bisnis, namun bapak tetap memilih untuk jujur? Dan apa alasan ibu tetap melakukan hal tersebut?

Jawaban: Pernah mba, cuma ya saya tetap milih jujur, karna kalo pembeli udah percaya ke kita dia bakal beli lagi di kita. Jadi misal itu buat rugi, tetep ngga jadi masalah buat saya.

- 12) Terkait penetapan harga, apakah ada patokan khusus atau mengikuti harga di pasaran?

Jawaban: Mengikuti harga pasar, tapi ya kita turuin dikit lah mba, semisal ada ikan yang harganya 2500 kan 10k dapet 4, nah misal dia minta bonus ya kita tambahin jadi 5, soalnya kan dia pelanggan yang sering beli dan belinya juga ngga dikit.

- 13) Menurut ibu ada ngga sih, keuntungan yang wajar menurut ibu seberapa patokannya?

Jawaban: Kalo saya sih paling 20-30% mba, ngga pernah lebih

- 14) Bagaimana tanggapan dan cara ibu menangani jika ada customer yang mengeluhkan harga tinggi dan membandingkan harga disatu tempat dengan tempat ibu?

Jawaban: Ya kalo dia membandingkan ya terserah dia aja mba mau beli disini atau disana, saya bilang dengan terus terang aja saya kalo keuntungan yang saya ambil sedikit. Soalnya kadang ada pembeli yang bohong dan adu harga mba, biar dapet harga murah.

- 15) Ketika terjadi fluktuasi harga, bagaimana cara ibu mengatasi *complain* ke pelanggan?

Jawaban: Saya paling bilang gini mba, ya kan itu mungkin dulu, sekarang itu ngga naik cuma ganti harga, soalnya kan dari waktu ke waktu barang kan pasti

mengalami kenaikan, dan paling ya dapet untungnya yang ngga seperti dulu mba, dulu misal mesin mahal itu untungnya bisa sampe 50k nan, tapi kalo sekarang saya dapat untung 30k itu ya tak lepas mba.

16) Pernah ada transaksi kredit atau cicilan?

Jawaban: Kalo cicilan pernah mba

17) Pada transaksi tersebut apakah anda menerapkan bunga?

Jawaban: Kalo itu ngga mba, jadi semisal hutangnya 1 juta ya sudah saya suruh bayar satu juta saja

18) Jika untuk saat ini ada yang meminta transaksi secara kredit apakah ibu akan menerimanya?

Jawaban: Kalo untuk sekarang mungkin ndak mba, kalo ada barang ya bayar gitu

19) Lalu terkait riba, bagaimana cara ibu untuk memastikan jika keuntungan yang anda dapat tidak mengandung riba?

Jawaban: Ya paling aku dapat untung 10% aja udah cukup mba, yang penting ngga ngambil untung banyak-banyak mba, secukupnya aja.

20) Menurut ibu apa peluang dan tantangan yang dihadapi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang untuk saat ini?

Jawaban: Peluangnya lebih ke permintaan ikan seperti koi stabil sepanjang tahun. Apalagi kalo dapet koi dengan kualitasnya bagus dan sehat pasti nilai jualnya bisa tinggi. Tantangannya kadang sulit mendapatkan pasokan ikan berkualitas dengan harga yang terjangkau. Selain itu, masalah kesehatan ikan seperti penyakit bisa merugikan.

21) Bagaimana pendapat ibu terkait penerapan etika bisnis Islam di Pasar?

Jawaban: Menurut saya penting mba, dan kalo aku pribadi paling ya, rejeki kan yang ngatur yang diatas mba, jadi aku kalo dapet untung secukupnya aja, ngga begitu banyak lah mba, yang penting berkah barokah, soalnya kan kita tau hukum ada riba gitu kan dosa, nanti pengaruhnya kan ke anaknya, takutnya malah jadi sakit atau apa, terus pengaruh kekeluarga ngga bagus gitulah mba.

Informan : Ibu Atun/Ibu Pipit (Pipit Mas Aquarium)

Tanggal : 29 November 2024

Tempat : Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Hasil Wawancara

- 1) Sejak tahun berapa jualan ikan hias?

Jawaban: 1989

- 2) Kenapa tertarik berbisnis di ikan hias

Jawaban: Ya rame mba, lebih menghasilkan gitu, peluangnya lebih besar juga.

- 3) Promosi penjualan melalui apa saja?

Jawaban: Interaksi langsung sama ada akun *Instagram*-nya mba kadang juga lewat *Whatsapp*, dikelola anak saya,

- 4) Bagaimana pandangan anda, terkait promosi yang berlebihan? Dalam konteks terlalu memuji kualitas barang? Karena di dalam islam sendiri kan tidak baik terlalu menggulung kualitas barang, dikhawatirkan apabila tidak sesuai dengan keadaan barang yang sesungguhnya itu jatuhnya malah bohong. Apakah hal tersebut wajar dilakukan?

Jawaban: Penting lah ya, kalo tujuannya meningkatkan penjualan

- 5) Lalu terkait penjualan pasir dan media *aquascape* lainnya, apakah ibu menggunakan takaran khusus dengan timbangan? Atau hanya perkiraan saja?

Jawaban: Yawes perkiraan aja mba, ya kalo lima ribu ya segitu mba bungkus plastik. Beda lagi kalo sak-sak an mba, itukan udah tertakar dari sananya.

- 6) Apakah ada pelanggan yang protes terkait takaran timbangan pasir tersebut? Jika ada bagaimana tanggapan ibu? Dan cara mengatasinya

Jawaban: Jarang ada sih mba. Jadi missal pembeli mau ambil pasir gitu ya paling langsung ambil yang 5 ribuan. Soalnya yang beli disini kan lebih ke hobby ya mba, beda sama kalo beli beras, jadi jarang ada yang sampe sedetail itu.

- 7) Apakah ketika ada pembeli yang masih awam tentang ikan, anda menjelaskan dan memberitahukan secara detail tentang ikan tersebut, termasuk kondisi sesungguhnya ikan yang akan dibeli? Termasuk ketika sakit?

Jawaban: Kalo informasi tentang ikan gitu ya saya kasih tau mba kalo ikan itu keadaannya lagi sakit atau tidak, biar pembeli bisa menentukan, daripada nanti ngga kita jelaskan trus pembelinya jadi kecewa misal ikan itu mati.

- 8) Bagaimana jika ada pembeli yang meminta jaminan ikan hidup? Apa tanggapan anda dan bagaimana cara menanganinya?

Jawaban: Ndak bisa ya, soalnya itukan nyawa ya mba, kadang kan juga kematian itu bisa jadi disebabkan sananya entah itu dari segi perawatannya yang kurang

atau pas bawa pulanginya terlalu kelamaan, jadi ndak bisa sih mba kalo saya.

- 9) Ketika ada pembeli yang menginginkan satu jenis ikan, namun ikan tersebut sedang dalam keadaan yang tidak sehat, apa yang akan ibu lakukan?

Jawaban: Mending saya sarankan untuk nggak di beli mba, daripada nanti mati trus malah komplek ke kita, terus saya kasih aja pilihan ikan lain yang hampir sama kalau pembelinya mau

- 10) Seberapa penting kejujuran dan transparansi di terapkan dalam dunia bisnis?

Jawaban: Penting sekali ya, kalo buat pedagang ya penting malah kejujurannya, jadi kalo buat saya yang penting jujur, karna kalo udah jujur nanti seperti ngga ada beban buat kitanya.

- 11) Pernahkah ibu merasa bahwa kejujuran itu membawa kerugian untuk bisnis, namun bapak tetap memilih untuk jujur? Dan apa alasan ibu tetap melakukan hal tersebut?

Jawaban: Pernah mba, ya meskipun kadang bikin sakit ya, tapi yang penting bagi saya jujur mba, meskipun sakit tapi enak dan ngga ada beban, lebih tenang juga mba

- 12) Terkait penetapan harga, apakah ada patokan khusus atau mengikuti harga di pasaran?

Jawaban: Kadang ngikuti harga pasar, kadang pake patokan sendiri. Dulu saya memang mengikuti harga pasar, tapi sekarang kalo diterapkan ngga bisa mba

- 13) Menurut ibu ada ngga sih, keuntungan yang wajar menurut ibu seberapa patokannya?

Jawaban: Ngga ada patokannya sih mba kalo itu, soalnya semua kan tergantung penjualnya ya, tapi kalo saya pribadi yang penting keuntungan tersebut ngga berlebih aja sudah cukup sih mba.

- 14) Bagaimana tanggapan dan cara ibu menangani jika ada *customer* yang mengeluhkan harga tinggi dan membandingkan harga disatu tempat dengan tempat ibu?

Jawaban: Ya kalo komplek begitu, kalo dari sananya mahal ya bakal saya jelasin mba, wong saya juga ngga pernah ambil untung kebanyakan, trus kadang keuntungan itu kan buat biaya operasional juga, jadi ya harganya memang segitu, kalo memang pembeli masih membandingkan harga ya saya coba branding aja barang saya, soalnya kadang yang dibandingin pembeli itu barang dan merk ngga sama mba, kadang juga yang dibandingin itu stock

lama, jadi kan harganya belum naik, kalo kita kan barang cepet keluar masuknya mba, jadi sudah pasti itu barang baru dengan harga yang terus update.

15) Ketika terjadi fluktuasi harga, bagaimana cara ibu mengatasi *complain* ke pelanggan?

Jawaban: Saya jelaskan aja kalo dari sananya udah naik mba, karna ngga mungkin to dari tahun ke tahun ngga ada kenaikan harga barang.

16) Pernah ada transaksi kredit atau cicilan?

Jawaban: Belum ada mba

17) Pada transaksi tersebut apakah anda menerapkan bunga?

Jawaban: Nggak mba, karna bunga kan riba ya, ya kalo ada bakulan contohnya yang ambil dengan jatuh tempo gitu, bayar sesuai nominal aja, ngga ada bunganya.

18) Lalu terkait riba, bagaimana cara ibu untuk memastikan jika keuntungan yang anda dapat tidak mengandung riba?

Jawaban: Ya saya ambil secukupnya mba, paling ngga lebih dari 30% soalnya kalo lebih dari itu kan masuk riba ya.

19) Menurut ibu apa peluang dan tantangan yang dihadapi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang untuk saat ini?

Jawaban: Peluangnya banyak mba, tapi yang paling besar itu ya karna Pasar Johar ini adalah pasar terbesar di Semarang ya mba, jadi orang-orang kalo kenal ikan hias itu pasti taunya ya Pasar Johar. Kalo tantangannya itu menurut saya lebih ke persaingan dagang antar penjual ya mba, apalagi kondisi pasar yang kaya gini, kita harus pinter-pinter narik pelanggan aja, sama paling ke perubahan harga soalnya kadang pembeli itu masih pengen harga murah dengan kualitas bagus, padahal dari sananya itu kalo cari ikan atau barang bagus, pasti harganya juga mahal mba.

20) Bagaimana pendapat ibu terkait penerapan etika bisnis Islam di Pasar?

Jawaban: Itu penting sekali ya, apalagi masalah kejujuran dan keterbukaan itu sangat penting bagi saya, karna *impact* nya ke pelanggan nanti kan akan lebih bagus juga mba.

Tanggal : 29 November 2024

Tempat : Pasar Ikan Hias Johar Semarang

Hasil Wawancara

- 1) Sejak tahun berapa jualan ikan hias?
Jawaban: 2003
- 2) Kenapa tertarik berbisnis di ikan hias
Jawaban: Meneruskan usaha orang tua
- 3) Promosi penjualan melalui apa saja?
Jawaban: Interaksi langsung ke pelanggan aja mba, ya pinter-pintere kita buat promosiin barang dagangan aja.
- 4) Bagaimana pandangan anda, terkait promosi yang berlebih? Dalam konteks terlalu memuji kualitas barang? Karena di dalam islam sendiri kan tidak baik terlalu menggulkan kualitas barang, dikhawatirkan apabila tidak sesuai dengan keadaan barang yang sesungguhnya itu jatuhnya malah bohong. Apakah hal tersebut wajar dilakukan?
Jawaban: Menurut saya perlu mba melakukan hal itu, karna itu untuk daya tarik pembeli juga kita menyediakan barang yang uda karantina, Dimana ikan tersebut kualitasnya sudah terjamin, jadi bisa dipastikan promosi yang saya lakukan itu sudah sesuai dengan ikan yang saya punya.
- 5) Apakah ketika ada pembeli yang masih awam tentang ikan, anda menjelaskan dan memberitahukan secara detail tentang ikan tersebut, termasuk kondisi sesungguhnya ikan yang akan dibeli? Termasuk ketika sakit?
Jawaban: Ya yang utama itu jujur lah, kalo emang ikan itu sakit ya kita katakan sakit, transparansi mawon mba.
- 6) Bagaimana jika ada pembeli yang meminta jaminan ikan hidup? Apa tanggapan anda dan bagaimana cara menanganinya?
Jawaban: Ya kita kasih ngga papa lah, mungkin 2-3 hari gitu, saya berani jamin karna ikan yang saya jual sudah melalui proses karantina yang Panjang, jadi insyaallah aman, dan saya berani kasih jaminan.
- 7) Ketika ada pembeli yang menginginkan satu jenis ikan, namun ikan tersebut sedang dalam keadaan yang tidak sehat, apa yang akan bapak lakukan?
Jawaban: Ya dikasih tau sesuai keadannya aja mba, kalo ikannya sakit
- 8) Seberapa penting kejujuran dan transparansi di terapkan dalam dunia bisnis?

Jawaban: Yang pasti sangat pentinglah, untuk menjaga kepercayaan pelanggan.

- 9) Pernahkah bapak merasa bahwa kejujuran itu membawa kerugian untuk bisnis, namun bapak tetap memilih untuk jujur? Dan apa alasan bapak tetap melakukan hal tersebut?

Jawaban: Nggak pernah mba, karna kan saya jaga kualitas ikan, jadi disitu udah ada jaminan ikan sehat. Selain itu kan sebelum di bungkus pembeli bisa pilih sendiri, dan andaikata disuruh milih kalo saya pilihin yang sakit pembeli malah kapok lagi datang kesini lagi, jadi dari awal saya udah pilihin ikan bagus yang sehat.

- 10) Terkait penetapan harga, apakah ada patokan khusus atau mengikuti harga di pasaran?

Jawaban: Mengikuti harga pasar aja mba

- 11) Menurut bapak ada ngga sih patokan khusus pengambilan keuntungan standar pasar?

Jawaban: Yang pasti separuh harga kulakan lah mba, karna kan kita jualan ikan hidup ya, resiko mati, selain itu untuk operasionalnya juga kita kan butuh biaya juga, jadi semua harus dihitung.

- 12) Bagaimana tanggapan dan cara bapak menangani jika ada yang mengeluhkan harga tinggi dan membandingkan harga disatu tempat dengan tempat bapak?

Jawaban: Ya ngak papa sih, soalnya saya sudah menjaga kualitas ikan yang saya jual, jadi harga yang saya patok menurut saya sudah sesuai dengan kualitas ikan saya, jadi kalo masih membandingkan dan *complain* itu terserah pembeli mau beli dimana.

- 13) Pernah ada transaksi kredit atau cicilan?

Jawaban: Ndak pernah

- 14) Apabila ada yang meminta transaksi dengan cara kredit bagaimana cara anda menanganinya

Jawaban: Mungkin pake cara lain aja ya mba, soalnya disini sistemnya kan kontan gitu, ada uang ada barang, soalnya juga yang kita jual kan barang hidup ya.

- 15) Menurut bapak apa peluang dan tantangan yang dihadapi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang untuk saat ini?

Jawaban: Peluangnya yang pasti lokasinya strategis mba, soale pasarnya kan di Tengah kota ya, terus deket kota lama juga. Tantangannya itu harga ikan hias sering naik-turun karena kadang pasokan sulit, apalagi pas musim

hujan gini. Jadi buat menuhin permintaan pembeli susah juga mba, dan kadang kalo dapet barang jelek, kita harus menurunkan harga untuk menjaga pelanggan.

16) Menurut bapak apa peluang dan tantangan yang dihadapi pedagang di Pasar Ikan Hias Johar Semarang untuk saat ini?

Jawaban: Sangat penting sekali mba, terutama kejujuran saat bertransaksi, sama transparansi apa adanya gitulah, lebih enak mba.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Difa Agustina

Tempat, Tanggal Lahir : Kab. Semarang, 15 Agustus 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Institusi : UIN Walisongo Semarang

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Islam

Alamat Rumah : Dsn. Candran, RT/RW 39/09, Ds. Plumbon, Kec Suruh,
Kab. Semarang

Riwayat Pendidikan : SDN Suruh 01 2008-2014
SMP Islam Bina Insani 2014-2017
MAN Salatiga 2017-2020
UIN Walisongo Semarang 2020-2024

Email : difaagustina15@gmail.com