

**SKRIPSI**

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM  
TRANSAKSI JUAL BELI PADA PEDAGANG  
DI PASAR TRADISIONAL PEUNAYONG  
BANDA ACEH**



**Disusun Oleh:**

**MUTHMAINNAH  
NIM. 160602255**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2019 M/1440 H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muthmainnah  
NIM : 160602255  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan Skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini. Maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 13 Desember 2018  
Yang menyatakan,



Muthmainnah

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah

Dengan Judul:

**Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada  
Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Muthmainnah  
NIM: 160602255

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan  
formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam  
Penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,

Farid Fathory Ashal, Lc., MA  
NIP: 19860427 201403 1 002

Pembimbing II,

Jalilah, S. Hl., M.Ag  
NIDN: 2008068803

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, 

Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP: 19710317 200801 2 007

**LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL  
SKRIPSI**

Muthmainnah

NIM: 160602255

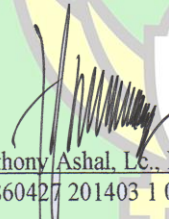
Dengan Judul:

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI JUAL  
BELI PADA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL PEUNAYONG  
BANDA ACEH

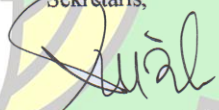
Telah Diseminarkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry  
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang  
Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 07February 2019  
2 Jumadil Akhir 1440  
Banda Aceh  
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

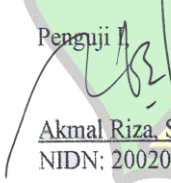
Ketua,

  
Farid Fathony Ashal, Lc., MA  
NIP: 19860427 201403 1 002

Sekretaris,

  
Jalilah, S. Hl., M.Ag  
NIDN: 2008068803

Penguji I,

  
Akmal Riza, SE., M. Si  
NIDN: 2002028402

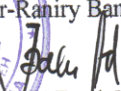
Penguji II,

  
Cut Elfida, S.Hl., MA  
NIDN: 2012128901



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

  
Dr. Zaki Fuad, M.Ag  
NIP: 19640314 199203 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRYBANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922  
Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email : [library@arraniry.ac.id](mailto:library@arraniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muthmainnah

NIM : 160602255

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

E-mail : [iinmuthmainnah77@gmail.com](mailto:iinmuthmainnah77@gmail.com)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKKU ☐ Skripsi ☐ .....

(tulis jenis karya ilmiah yang berjudul (tulis judul karya ilmiah yang lengkap):

**Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang  
Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

☐ secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada Tanggal : 18 January 2019

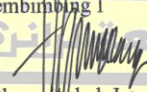
Mengetahui:

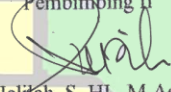
Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Muthmainnah

  
Farid Fathony, Lc., MA

  
Jalifah, S. Hl., M.Ag

NIM:160602255

NIP:19860427 201403 1 002

NIDN:2008068803

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya masih banyak kekurangan baik materi maupun teknik penyusunan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak., CA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN AR-Raniry.
3. Muhammad Arifin, Ph.D dan Hafidhah, SE., M.Si.Ak selaku ketua dan sekretaris Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

4. Farid Fathony Ashal, Lc., MA selaku pembimbing I dan Jalilah, S. HI., M.Ag selaku pembimbing II yang tak bosan-bosannya memberi arahan, serta nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Akmal Riza, SE., M. Si selaku penguji I dan Cut Elfida, S.HI., MA selaku penguji II yang banyak memberikan motivasi dan bimbingan agar terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Dr. Muhammad Zulhilmi, MA selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan motivasi yang terbaik serta arahan untuk saya selama masa perkuliahan dari semester awal hingga sekarang. Seluruh Dosen dan Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
7. Teristimewa dengan rasa hormat dan kasih sayang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Iskandar Usman dan Ibunda Siti Hawa yang selalu memberikan doa yang berlimpah, dukungan motivasi dan pengorbanannya tanpa berkeluh kesah hingga penulis memperoleh ilmu dan pendidikan terbaik serta semua jasa yang tidak ternilai yang diberikan selama ini.
8. Kepada keluarga, Kakak Bunaiya Rahmah dan Adinda Zahara yang selalu memberikan solusi serta arahan serta sabar dalam memberikan semangat serta motivasi dalam kesempurnaan skripsi ini.

9. Terimakasih kepada sahabat terbaik Tia Firanda, Ratna Sari, Fraya Nabila dan Rina yang selalu memberikan dukungan, arahan dan motivasi agar terselesaikannya skripsi ini.
10. Sahabat seperjuangan Meri Ayu Uliyani, Zidna Ilma, Desi Hartati, Tazkira, Marissa, Nova, adik Eja, adik Gusvi, adik Salwa serta teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 atas segala dukungan dan semangat sehingga dapat menyelesaikan penulisan ini.
11. Teman-teman KPM yang tidak dapat di sebut satu-persatu yang terus memberikan motivasi dan semangat tanpa hentinya hingga penulis sampai ke tahap ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penulisan ini masih terdapat kekurangan, hal ini karena terbatasnya kemampuan penulis.... Oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 18 Januari 2019

Muthmainnah

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

### 1. Konsonan

| No | Arab | Latin              | No | Arab | Latin |
|----|------|--------------------|----|------|-------|
| 1  | ا    | Tidak dilambangkan | 16 | ط    | Ṭ     |
| 2  | ب    | B                  | 17 | ظ    | Ẓ     |
| 3  | ت    | T                  | 18 | ع    | ‘     |
| 4  | ث    | Ṣ                  | 19 | غ    | G     |
| 5  | ج    | J                  | 20 | ف    | F     |
| 6  | ح    | H                  | 21 | ق    | Q     |
| 7  | خ    | Kh                 | 22 | ك    | K     |
| 8  | د    | D                  | 23 | ل    | L     |
| 9  | ذ    | Ẓ                  | 24 | م    | M     |
| 10 | ر    | R                  | 25 | ن    | N     |
| 11 | ز    | Z                  | 26 | و    | W     |
| 12 | س    | S                  | 27 | ه    | H     |
| 13 | ش    | Sy                 | 28 | ء    | ’     |
| 14 | ص    | Ṣ                  | 29 | ي    | Y     |
| 15 | ض    | Ḍ                  |    |      |       |

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

| Tanda | Nama          | Huruf Latin |
|-------|---------------|-------------|
| َ     | <i>Fatḥah</i> | A           |
| ِ     | <i>Kasrah</i> | I           |
| ُ     | <i>Dammah</i> | U           |

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama                  | Gabungan Huruf |
|-----------------|-----------------------|----------------|
| َ ي             | <i>Fatḥah</i> dan ya  | Ai             |
| َ و             | <i>Fatḥah</i> dan wau | Au             |

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauḷa*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama                                         | Huruf dan Tanda |
|------------------|----------------------------------------------|-----------------|
| اَ / َ           | <i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i> | Ā               |
| اِ / ِ           | <i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>                  | Ī               |
| اُ / ُ           | <i>Dammah</i> dan <i>wau</i>                 | Ū               |

Contoh:

قَالَ : *qāla*  
رَمَى : *ramā*  
قِيلَ : *qīla*  
يَقُولُ : *yaqūlu*

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

#### a. *Ta marbutah* (ة) hidup

*Ta marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah *t*.

#### b. *Ta marbutah* (ة) mati

*Ta marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah *h*.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

|                             |                                                                |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------|
| رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ       | : <i>rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl</i>                       |
| الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ | : <i>al-Madīnah al-Munawwarah/<br/>al-Madīnatul Munawwarah</i> |
| طَلْحَةُ                    | : <i>Ṭalḥah</i>                                                |

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman. 
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama : Muthmainnah  
NIM : 160602255  
Fakultas/Prodi Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh  
Tanggal sidang : 7 Februari 2019  
Tebal Skripsi : 108 Halaman  
Pembimbing I : Farid Fathony Ashal, Lc., MA  
Pembimbing II : Jalilah, S. HI., M.Ag

Etika bisnis Islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Quran dan Hadis. Adapun tujuan penelitian ini untuk dapat mengetahui bagaimana praktik etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh dan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan praktik etika bisnis Islam pada pedagang di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Selain itu jenis data yang peneliti lakukan yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Di dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain observasi dan wawancara. Adapun yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu pedagang sayur, pedagang ikan dan pedagang ayam di pasar tradisional Peunayong. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, penerapan etika bisnis Islam yang dijalankan di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh belum sepenuhnya dijalankan, terutama dari segi tanggung jawab dan kebenaran, kebajikan, kejujuran yang masih mementingkan keuntungan semata.

**Kata Kunci:** *Etika, Bisnis Islam, Jual beli, Pedagang, Pasar Tradisional.*

## DAFTAR ISI

|                                                    |              |
|----------------------------------------------------|--------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>               | <b>i</b>     |
| <b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....</b>                 | <b>ii</b>    |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>                   | <b>iii</b>   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>            | <b>iv</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKIRPSI.....</b>              | <b>v</b>     |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>          | <b>vi</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                         | <b>vii</b>   |
| <b>HALAMAN TRANSLITERASI.....</b>                  | <b>x</b>     |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                             | <b>xiv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                               | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                          | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                          | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                       | <b>xix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                      | <b>1</b>     |
| 1.1 Latar Belakang .....                           | 1            |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                           | 7            |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                        | 7            |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                       | 8            |
| 1.5 Sistematika Pembahasan .....                   | 8            |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                 | <b>10</b>    |
| 2.1 Pengertian Etika Bisnis .....                  | 10           |
| 2.1.1 Prinsip Etika Bisnis .....                   | 14           |
| 2.1.2 Tujuan Umum Etika Bisnis.....                | 17           |
| 2.2 Etika Bisnis Dalam Islam.....                  | 18           |
| 2.2.1 Landasan Etika Bisnis Dalam Islam .....      | 21           |
| 2.2.2 Aspek-aspek Etika Bisnis Islam.....          | 23           |
| 2.2.3 Fungsi Etika Bisnis Dalam Islam .....        | 25           |
| 2.2.4 Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam .....       | 25           |
| 2.2.5 Karakteristik Standar Etika Bisnis Islam ... | 31           |
| 2.3 Jual Beli .....                                | 32           |
| 2.3.1 Dasar Hukum Jual Beli .....                  | 35           |
| 2.3.2 Rukun dan Syarat Jual Beli .....             | 37           |
| 2.3.3 Etika Dalam Jual Beli.....                   | 41           |
| 2.3.4 Macam-macam Jual Beli.....                   | 42           |

|                                                                                        |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.5 Hal-hal Yang Tidak di Bolehkan Dalam Jual Beli.....                              | 44        |
| 2.4 Pasar .....                                                                        | 47        |
| 2.4.1 Pengertian Pasar .....                                                           | 47        |
| 2.4.2 Macam-macam Pasar .....                                                          | 50        |
| 2.4.3 Mekanisme Pasar .....                                                            | 53        |
| 2.5. Penelitian Terdahulu .....                                                        | 54        |
| 2.6. Kerangka Pemikiran.....                                                           | 60        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                                 | <b>62</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                                              | 62        |
| 3.2 Lokasi Penelitian.....                                                             | 62        |
| 3.3 Populasi dan Penarikan Sampel .....                                                | 62        |
| 3.4 Sumber Data .....                                                                  | 63        |
| a. Data Primer.....                                                                    | 63        |
| b. Data Sekunder.....                                                                  | 64        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                                                       | 64        |
| a. Observasi.....                                                                      | 64        |
| b. Wawancara.....                                                                      | 65        |
| 3.6 Metode Analisis Data .....                                                         | 66        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                     | <b>67</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....                                              | 67        |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Pasar Peunayong Banda Aceh.....                                 | 67        |
| 4.1.2. Visi dan Misi Pasar Kota Banda Aceh.....                                        | 71        |
| 4.1.3. Struktur Organisasi Pasar Kota Banda Aceh.....                                  | 72        |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                                             | 73        |
| 4.2.1. Gambaran Responden .....                                                        | 73        |
| 4.2.2. Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional .....                    | 83        |
| 4.2.3. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional.....                 | 84        |
| 4.2.4. Pengetahuan Praktik Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Tradisional ..... | 95        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                             | <b>97</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                   | 97        |
| 5.2 Saran .....                                                                        | 98        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                            | <b>99</b> |

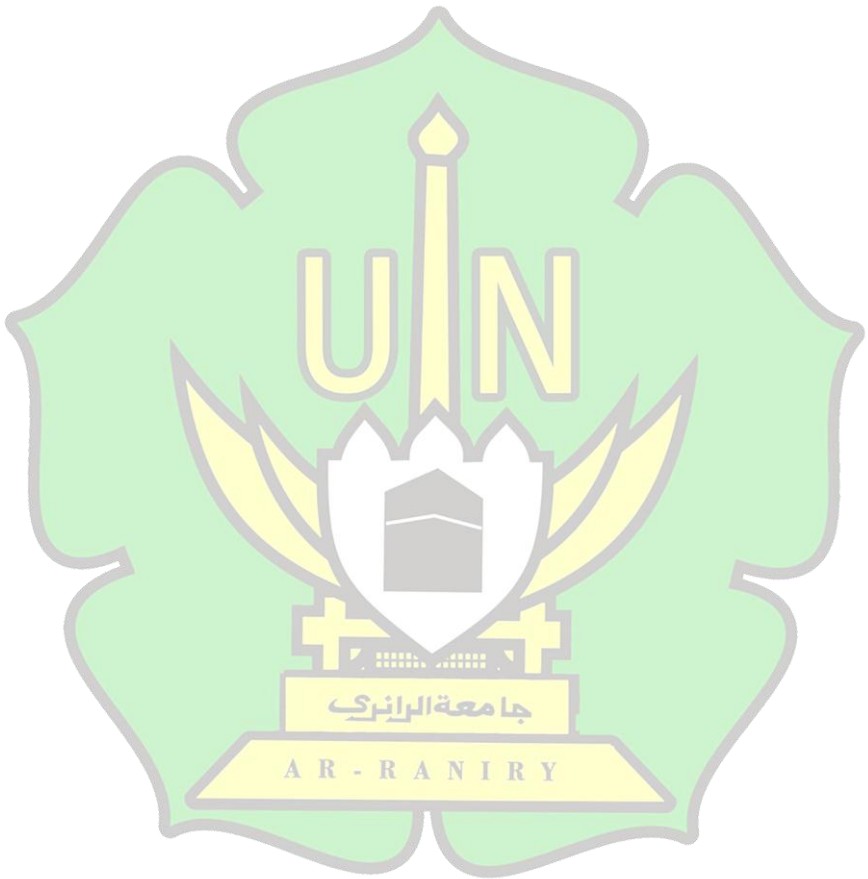
## DAFTAR TABEL

|           |                                                             |    |
|-----------|-------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.1 | Responden Penjual Sayuran .....                             | 74 |
| Tabel 4.2 | Responden Penjual Ikan .....                                | 75 |
| Tabel 4.3 | Responden Penjual Daging Ayam.....                          | 75 |
| Tabel 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Lama<br>Berjualan ..... | 76 |
| Tabel 4.5 | Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat<br>Pendidikan.....  | 77 |



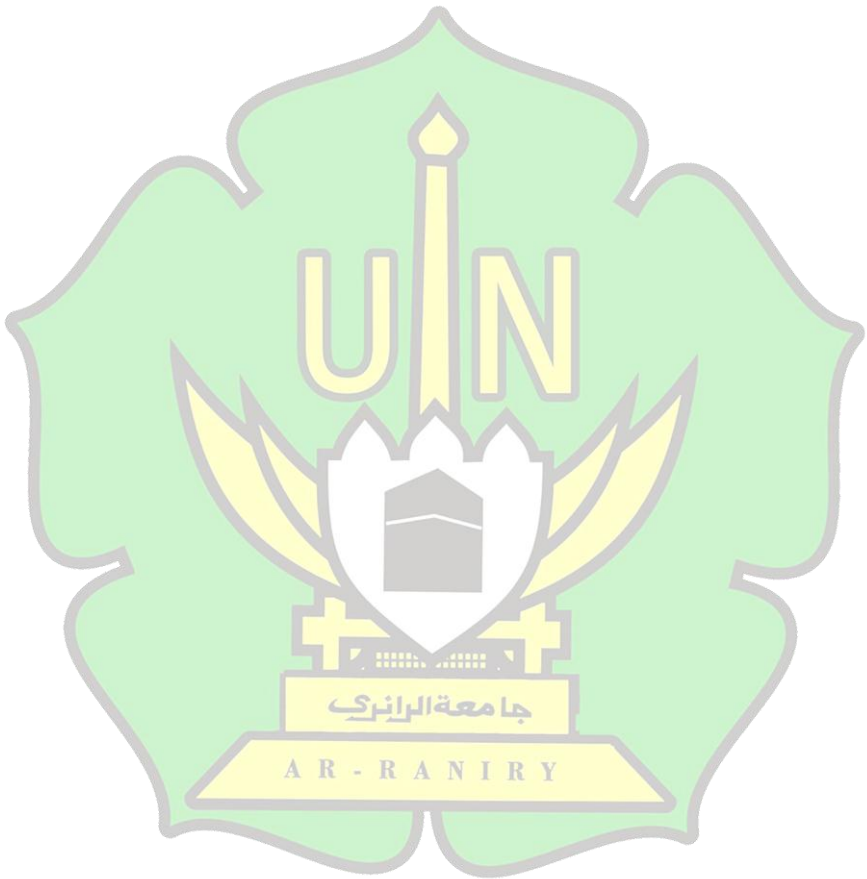
## DAFTAR GAMBAR

|                  |     |
|------------------|-----|
| Gambar 5.1 ..... | 105 |
|------------------|-----|



## DAFTAR LAMPIRAN

|                  |     |
|------------------|-----|
| Lampiran 1. .... | 103 |
|------------------|-----|



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Salah satu masalah yang sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia sebagai individu maupun sosial adalah etika. Etika dalam perkembangannya sangat memberikan pengaruh bagi kehidupan manusia. Di mana penerapan etika memberikan manusia bagaimana cara untuk mengambil sikap serta tindakan yang tepat dalam menjalani hidup. Pada akhirnya etika diterapkan dalam segala aspek atau sisi kehidupan manusia dalam mengambil keputusan. Nabi Muhammad S.A.W dan para Rasul lainnya diutus untuk mendidik etika manusia untuk mencapai tujuan-tujuan yang lebih luhur dan membersihkan pikiran mereka dari pencemaran dan kotoran. Penyebaran etika Islam yang dilancarkan oleh Nabi bertujuan untuk mengembalikan manusia kepada tujuan asasinya, mengangkat suatu umat yang rusak menuju ketinggian dan kesempurnaan harkat martabat manusia. Seruan untuk menerapkan nilai-nilai etika terjadi di setiap sudut kehidupan duniawi dan pada setiap zaman. Islam sebagai agama dengan sistem komprehensif juga mengatur aspek-aspek dengan basis moralitas.

Etika bisnis Islam yaitu serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram (Ahmad, 2003: 38). Dalam artian pelaksanaan bisnis

yang dilakukan harus tetap berpegang pada ketentuan syariah (aturan-aturan dalam Al-Quran dan Hadis). Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain (Arijanto, 2011: 4). Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat, konsep nilai, baik, buruk, salah dan lain sebagainya.

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidup. Salah satunya melalui bekerja dan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT menerangkan harta sebagai karunia dari-Nya dan memerintahkan kepada manusia untuk bekerja dan berusaha. Bekerja dalam Islam dinilai sebagai suatu kebaikan dan sebaliknya kemalasan dinilai sebagai keburukan (Mardani, 2014: 76). Dengan demikian, bekerja adalah bagian dari ibadah dan para pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah SWT serta tidak melupakannya.

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang dan semua lapisan masyarakat (Juliansyah, 2011). Adapun pengertian bisnis adalah pertukaran barang dan jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis juga berlangsung karena adanya

kebergantungan antar individu untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup dan lain sebagainya (Fauzia, 2017: 3). Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapat keuntungan (profit), dari sekian banyak bentuk bisnis salah satunya adalah jual beli. Allah SWT mensyariatkan jual beli sebagai suatu kemudahan untuk manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Manusia mempunyai kebutuhan yang berbeda, untuk memenuhi kebutuhan tersebut seseorang tidak mungkin memberi tanpa ada imbalan. Dengan demikian, diperlukan hubungan interaksi dengan sesama manusia, salah satu sarannya adalah dengan jalan melakukan jual beli (Rosalinda, 2016: 64). Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda ataupun barang antara kedua belah pihak, di mana yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang dibenarkan serta disepakati (Suhendi, 2008: 68). Oleh sebab itu jual beli diperbolehkan dalam agama Islam selama masih dalam batasan tertentu serta berpegang dalam aturan syariat Islam.

Salah satu sarana jual beli adalah pasar yang merupakan tempat berkumpulnya penjual dan pembeli. Pasar adalah tempat terjadinya transaksi dari setiap pihak yang saling memiliki kepentingan. Posisi pasar bagi masyarakat, investor dan pemerintah menjadi begitu penting untuk dipahami apalagi dilihat dari segi aktivitas pasar yang semakin hari semakin berubah (Fahmi, 2014: 183). Seiring perkembangan zaman sektor ekonomi juga menimbulkan persaingan yang ketat antar pedagang. Berbagai cara

dilakukan untuk mencari keuntungan, sehingga tidak jarang terjadi penyimpangan-penyimpangan di dalam pasar. Pasar merupakan salah satu tempat bertemunya para penjual dan pembeli dalam menentukan barang yang sesuai dengan keinginan konsumen. Pada hakikatnya tingkat kejujuran yang tinggi harus dimiliki oleh setiap pedagang, namun pada kenyataannya dalam pasar terdapat pergeseran etika dagang ataupun bisnis. Para pedagang akan melakukan berbagai macam cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa memperdulikan kerugian yang dialami oleh satu pihak.

Adapun salah satu pasar tradisional yang dikenal di Banda Aceh adalah pasar Peunayong Banda Aceh yang menjadi pusat pembelanjaan bagi masyarakat sekitar. Pasar tersebut memiliki berbagai macam keperluan yang dibutuhkan oleh masyarakat terutama ikan, daging ayam serta sayuran yang segar untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Kesegaran bahan yang diperlukan menjadi prioritas utama dalam memenuhi konsumsi rumah tangga. Namun sebaliknya konsumsi yang dibutuhkan tersebut tidak memenuhi keinginan konsumen, seperti terdapat ikan atau daging ayam yang tidak segar lagi sehingga menimbulkan kekecewaan bagi para pembeli. Selain itu harga sayur yang tidak sesuai dengan kesegaran aslinya juga menjadi pertimbangan. Sehingga timbulnya berbagai macam kecurangan dalam praktik kehidupan bisnis. Para pedagang menutupi kecacatan barang

dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan, serta kurangnya nilai-nilai etika bisnis dalam transaksi jual beli.

Penerapan etika bisnis dalam proses jual beli perlu adanya kejujuran yang harus ditanamkan dalam setiap diri manusia terutama para pedagang, dengan tujuan agar terealisasinya kemakmuran bagi masyarakat disekitar. Selain itu, para pedagang harus memiliki pengetahuan dalam berbisnis agar dapat mengetahui bagaimana praktik dalam menjalankan suatu usaha, serta terhindar dari berbagai macam penyimpangan yang tidak diinginkan. Salah satu kasus yang terjadi di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh di mana seorang pembeli IS mendapati ikan yang kurang bagus serta dicampur dengan 3 (tiga) ikan yang bagus dengan tujuan untuk menutupi kecacatan barang para pedagang sehingga menimbulkan kekecewaan bagi dirinya (Hasil wawancara dengan pembeli di pasar Peunayong). Selain itu penetapan harga sayur yang layu dijual dengan harga yang sama dan tidak memenuhi kepuasan bagi pembeli IJ dalam membeli kebutuhan yang diinginkannya. Dengan demikian masih banyaknya penyimpangan-penyimpangan yang terjadi di pasar serta para pedagang yang menjual dagangannya yang tidak sesuai dengan nilai-nilai etika Islam dan mementingkan keuntungan semata.

Aceh merupakan daerah yang dikenal dengan aturan-aturan Islam terutama dalam hal ekonomi. Untuk itu selayaknya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam setiap kegiatan perdagangan, salah satunya yaitu di pasar. Para pedagang

diwajibkan untuk menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam berdagang sesuai dengan aturan-aturan agama Islam yang telah ditetapkan Allah SWT. Seperti pada masa Rasulullah SAW, nilai-nilai moralitas sangat diperhatikan dalam kehidupan pasar. Beliau dijadikan sebagai panutan bagi seluruh umat dalam menjalankan perdagangan dengan sikap kejujuran, keterbukaan, transparan, adil dan bijaksana. Sehingga sudah sewajarnya Rasulullah menjadi hamba yang sangat dicintai oleh Allah, karena ketaatan yang dimilikinya. Dengan sikap kejujuran yang dimiliki Rasulullah, dapat dijadikan sebagai panutan bagi umat manusia khususnya para pedagang dalam menjalankan usahanya yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Pada kenyataannya yang terjadi saat ini, masih kurangnya tingkat kejujuran yang dimiliki oleh para pedagang serta banyaknya penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang.

Berdasarkan permasalahan isu yang terkait di pasar tradisional Peunayong, di mana masyarakat tidak mendapatkan kepuasan dalam transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pedagang. Di dalam pasar masih adanya para pedagang yang melakukan kecurangan untuk menutupi kecacatan barang dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang diinginkan. Seperti yang dirasakan oleh ibu-ibu dalam berbelanja sayuran, daging ayam dan ikan yang tidak segar lagi.

Allah SWT menyerukan kepada umat manusia dan kepada para pedagang agar berlaku jujur dalam menjalankan kegiatannya serta menjauhi segala penyimpangan yang menimbulkan dosa bagi

dirinya. Sesungguhnya perbuatan tersebut adalah kecurangan yang tidak baik bagi kehidupannya. Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berdasarkan pada ketentuan Allah, bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka (*antaradin minkum/mutual goodwill*). Dengan demikian agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan memberikan *mutual goodwill* bagi para pelakunya, maka nilai-nilai moralitas mutlak harus ditegakkan. Untuk itu Rasulullah telah menetapkan beberapa larangan terhadap praktik-praktik bisnis negatif yang dapat mengganggu mekanisme pasar (P3EI, 2015: 303).

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang “**Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah yang sesuai dengan latar belakang di atas adalah:

1. Bagaimana praktik etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Peunayong ?
2. Bagaimana pengetahuan praktik etika bisnis Islam pada pedagang di pasar tradisional Peunayong ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian harus mempunyai tujuan, adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana praktik etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Peunayong.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengetahuan praktik etika bisnis Islam pada pedagang di pasar tradisional Peunayong.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi masyarakat dalam mengambil keputusan terhadap penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi akademisi sebagai sumber bacaan, referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Bagi Penulis

Adapun manfaat bagi penulis secara pribadi yakni, mampu memahami serta dapat memberikan wawasan yang luas dan pengalaman baru dan menambah pengetahuan penulis tentang penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli.

#### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

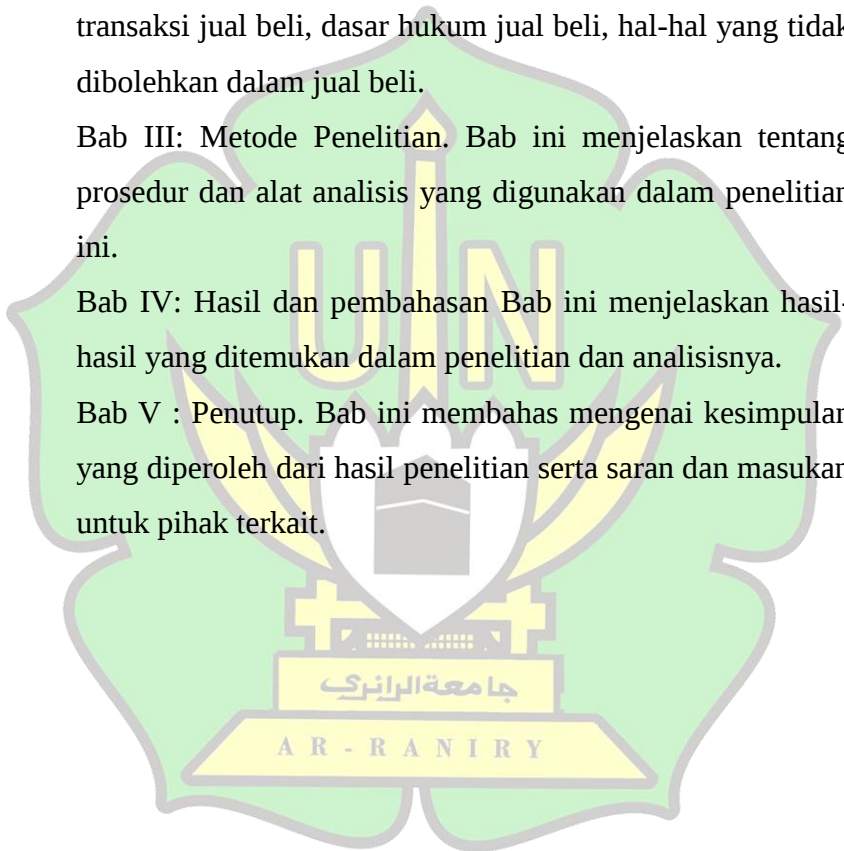
Bab I: Pembahasan. Bab ini membahas dan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II: Tinjauan Pustaka. Bab ini terdiri dari teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka yang akan menjadi landasan bagi penulis dalam melakukan pembahasan dan pengambilan kesimpulan yang terdiri dari konsep dasar etika bisnis, prinsip-prinsip etika bisnis Islam, pengertian transaksi jual beli, dasar hukum jual beli, hal-hal yang tidak dibolehkan dalam jual beli.

Bab III: Metode Penelitian. Bab ini menjelaskan tentang prosedur dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV: Hasil dan pembahasan Bab ini menjelaskan hasil-hasil yang ditemukan dalam penelitian dan analisisnya.

Bab V : Penutup. Bab ini membahas mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran dan masukan untuk pihak terkait.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengertian Etika Bisnis**

Etika dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Yunani, *ethos* yang berarti kebiasaan atau watak. Etika juga berasal dari bahasa Perancis, *etiquette* atau biasa diucapkan etiket yang artinya kebiasaan cara bergaul, berperilaku. Konsep etika lebih merupakan pola perilaku atau kebiasaan yang baik dan dapat diterima oleh lingkungan pergaulan seseorang atau suatu organisasi tertentu. Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan sebagai perilaku. Sehingga etika perdagangan yaitu sebagai perangkat nilai tentang baik buruk, benar dan salah dalam dunia perdagangan. Kegiatan bisnis tidak hanya berupaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, namun juga bermaksud menyediakan sarana-sarana yang dapat menarik minat dan perilaku membeli masyarakat. Etika pada dasarnya merujuk pada dua hal, yaitu (Hamali dan Budihastuti, 2017: 228):

- a. Etika berkenaan dengan disiplin ilmu yang mempelajari nilai-nilai yang dianut oleh manusia beserta pembedaannya. Etika dalam hal ini merupakan salah satu cabang filsafat.
- b. Etika merupakan pokok permasalahan dalam disiplin ilmu itu sendiri, yaitu nilai-nilai hidup dan hukum-hukum yang mengatur tingkah laku manusia.

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa,

perdagangan atau pengelolaan barang (produksi). Bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna memaksimalkan keuntungan. (Muhammad, 2002: 38).

Dalam bahasa Arab etika dikenal sebagai akhlak berarti budi pekerti, perangai tingkah laku dan tabiat. Sedangkan secara istilah yaitu dilihat dari beberapa pengertian etika itu sendiri antara lain (Rahmatullah, 2016):

1. Menurut Hamzah Ya'qub bahwa etika adalah ilmu tingkah laku manusia yang berkaitan dengan prinsip-prinsip dan tindakan moral yang benar atau dengan kata lain bahwa ilmu yang menyelidiki amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh akal pikiran.
2. Sedangkan menurut Ahmad Amin adalah ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya. Menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.

Etika berpedoman pada kebaikan dari suatu perbuatan yang dapat dilihat dari sumbangsihnya dalam menciptakan kebaikan hidup sesama manusia, baik dilihat dari perbuatan buruknya seseorang maupun dilihat berdasarkan besar kecilnya manfaat kepada orang disekitarnya.

Etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara folosofi etika mendasarkan diri pada

nalar ilmu dan agama untuk menilai. Jadi etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standar of conduct*) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang (Alma, 2011: 53). Sehingga dapat dikatakan bahwa prinsip pengetahuan tentang etika bisnis mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis atau para pedagang yang melakukan aktivitas ekonomi. Etika bisnis menjadi salah satu bagian dari dunia bisnis juga banyak diterangkan dalam Al-Quran yang merupakan sumber utama umat Islam khususnya dan manusia pada umumnya dalam menjalankan bisnis Islam (Johan, 2009: 131). Oleh karena itu etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral, sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa serta diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi (Rivai, dkk, 2012: 4).

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik di junjung tinggi atau diperbuat. Etika yang baik itu mencakup antara lain (Anoraga, 2011: 133):

1. Kejujuran (*Honesty*): Mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
2. Ketetapan (*Reliability*): Janjinya selalu tepat, tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat dan syarat.

3. Loyalitas: Setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.
4. Disiplin: Yaitu tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur dan teknologi yang telah ditetapkan.

Pada dasarnya etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika ialah teori tentang perilaku perbuatan manusia dipandang dari nilai baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal. Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Fauzia, 2017: 3).

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit dalam bertransaksi, berperilaku dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (Badroen dkk, 2015: 15). Pada umumnya

seseorang yang melakukan suatu bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan jika ia mengambil risiko dengan memasuki suatu pasar baru dan siap menghadapi persaingan dengan bisnis-bisnis lainnya. Adapun kegagalan bisnis sebagian besar adalah karena kesalahan atau kekurangan manajemen atas manusia, bahan baku dan modal. Selain itu bisnis sangatlah bergantung pada besarnya industri, besarnya bisnis dan lokasi bisnis (Fauzia, 2017: 4). Ada beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai tujuan umum dari studi etika bisnis, antara lain (Badroen, dkk, 2006: 22):

- a. Menanamkan kesadaran akan adanya dimensi dalam bisnis.
- b. Memperkenalkan argumentasi-argumentasi moral di bidang ekonomi dan bisnis serta cara penyusunannya.
- c. Membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.

Dengan demikian, ketiga tujuan tersebut diharapkan dapat bekerja secara profesional demi mencapai produktivitas kerja yang optimal.

### **2.1.1 Prinsip-prinsip Etika Bisnis**

Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan individu, sosial, nasional dan internasional. Pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan berdagang sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan tersendiri. Adapun menurut Sonny Keraf, prinsip-prinsip etika bisnis antara lain (Arijano, 2011: 5) :

1. Prinsip otonomi yaitu sikap serta kemampuan manusia mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan

kesadarannya tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan.

2. Prinsip kejujuran yaitu terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran.
3. Prinsip keadilan yaitu menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dipertanggung jawabkan.
4. Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*), menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa, sehingga menguntungkan semua pihak.

Selain itu etika bisnis secara umum menurut Suarny Amran harus berdasarkan prinsip-prinsip etika yaitu:

- a. Prinsip otonomi adalah kemampuan dalam mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan keselarasan tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil.
- b. Prinsip keadilan bahwa setiap orang dalam berbisnis diperlukan sesuai dengan haknya dan tidak boleh dirugikan.
- c. Prinsip saling menguntungkan, yaitu juga dalam bisnis yang kompetitif.

- d. Prinsip integritas moral merupakan dasar dalam berbisnis, harus menjaga nama baik perusahaan tetap dipercaya dan merupakan perusahaan terbaik.

Sehingga dengan demikian dalam Islam, etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis, karena bisnis merupakan sarana ibadah kepada Allah SWT. Maka dapat dikatakan bahwa aktivitas bisnis merupakan sarana ibadah yang diperintahkan Allah SWT dalam Al-Quran surat At-Taubah 105 yaitu:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ  
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya :

*“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang Telah kamu kerjakan” (Al-quran, surah At-taubah:105).*

Berdasarkan dari ayat di atas bahwa, setiap aktivitas bisnis yang dijalankan harus sesuai dengan prinsip-prinsip yang berlandaskan Islami, karena pada akhirnya semua aktivitas yang manusia lakukan akan dipertanggung jawabkan dihadapan Allah SWT.

### 2.1.2 Tujuan Umum Studi Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar atau salah dalam dunia bisnis yang berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Berikut beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai tujuan umum dari studi etika bisnis antara lain (Irnasari: 15) :

- a. Menanamkan adanya kesadaran akan adanya dimensi etis dalam Islam.
- b. Memperkenalkan argumentasi-argumentasi moral di bidang ekonomi dan bisnis secara penyusunannya.

Maka dengan demikian dari tujuan tersebut diharapkan dapat membekali parameter yang berkenaan dengan hak dan kewajiban dan keadilan sehingga dapat bekerja secara baik dan profesional dengan tujuan mencapai produktivitas dan efisiensi kerja yang bagus dan optimal. Selain itu, etika bisnis Islam dapat disimpulkan mempunyai fungsi substansial membekali para pelaku bisnis. Adapun fungsi tersebut antara lain:

1. Membangun kode etik Islami yang mengatur, mengembangkan dan menerapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Namun kode etik ini menjadi simbol arahan agar melindungi para pelaku bisnis dari adanya risiko.
2. Kode ini menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri baik antar komunitas bisnis, masyarakat dan di atas segalanya adalah tanggung jawab dihadapan Allah SWT.

3. Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antar sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja, yang menjadi sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan antara mereka semua.
4. Kode etik ini di persepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul dari pada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
5. Kode etik juga dapat membantu mengembangkan kurikulum pendidikan pelatihan dan seminar yang diperuntuhkan bagi pelaku bisnis yang menggabungkan nilai-nilai moral dan perilaku baik dengan bisnis-bisnis kontemporer.
6. Kode etik dapat merepresentasikan bentuk aturan Islam yang kongkret dan bersifat kultural sehingga dapat mendeskripsikan ajaran Islam yang dapat diterapkan di setiap zaman dan tempat tanpa harus bertentangan dengan nilai-nilai Ilahi.

## 2.2 Etika Bisnis Dalam Islam

Bisnis dalam Al-Quran sering kali digunakan dalam bahasa Arab *al-tijarah*, berasal dari kata dasar *tajara*, *tajran wa tijaratan* yang bermakna berdagang. Adapun bisnis Islam dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas), kepemilikan hartanya (barang/jasa), termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram). Dari penjelasan tersebut bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai

tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas dan juga Al-Quran dan Hadis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah S.A.W (Sari, 2017). Etika bisnis Islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Quran dan Hadis (Ahmad, 2001: 152). Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etika, moral, susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh. Seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, sehingga setiap orang boleh punya seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al-Quran dan Hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan yang termasuk dalam bisnis.

Selain itu dapat didefinisikan bahwa etika bisnis Islam adalah sebagai seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas dan juga Al-Quran dan Hadis yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW (Muhammad, 2004: 37). Adapun menurut Prof. Dr. Amin Suman SH, MM yang dimaksud etika bisnis Islam adalah konsep tentang usaha ekonomi perdagangan dari sudut pandang baik dan

buruk serta benar dan salah menurut standar akhlak Islam (Suma, 2008: 31). Menurut pendapat Muhammad Djakfar bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadis yang dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Sehingga dengan kata lain dapat dikatakan bahwa etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana etika bisnis modern tidak hanya cukup dilihat semata, namun perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh. Dimana dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa dilahirkan sebuah cabang keilmuan, dan juga sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari (Djakfar, 2008: 84).

Sehingga dapat diartikan bahwa, etika bisnis Islam merupakan usaha untuk kontak bisnis yang saling menguntungkan yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip yang berdasarkan Al-Quran dan Hadis untuk dapat diukur dengan aspek yang pada dasarnya antara lain (Aziz, 2013: 37):

1. Barometer ketakwaan seseorang.
2. Mendatangkan keberkahan.
3. Berbisnis merupakan saran ibadah kepada Allah.
4. Tidak melanggar prinsip syariah.
5. Ukhwah Islamiyah.

## 2.2.1 Landasan Etika Bisnis Dalam Islam

Seorang muslim harus berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan keberkahan dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai hal yang harus dilakukan oleh para pebisnis muslim dan diharapkan dapat berkembang dalam menjalankan bisnisnya. Adapun landasan etika bisnis dalam Islam yaitu:

1. Dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 143:

وَكَذَٰلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ  
الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۗ وَمَا جَعَلْنَا الْقِبْلَةَ الَّتِي كُنْتَ عَلَيْهَا إِلَّا لِنَعْلَمَ  
مَنْ يَتَّبِعِ الرَّسُولَ مِمَّنْ يَنْقَلِبُ عَلَىٰ عَقْبَيْهِ ۚ وَإِنْ كَانَتْ لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى  
الَّذِينَ هَدَىٰ اللَّهُ ۚ وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضِيعَ إِيمَانَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ بِالنَّاسِ  
لَرَءُوفٌ رَّحِيمٌ

Artinya :

“Dan demikianlah (pula) kami telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu.” (QS. Al-Baqarah: 143).

Berdasarkan ayat di atas menjelaskan bahwa umat Islam dijadikan umat yang adil dan pilihan, karena mereka akan menjadi

saksi atas segala perbuatan mereka sendiri bagi orang-orang yang menyimpang dari kebenaran baik di dunia maupun di akhirat.

2. Hadis Rasulullah SAW yang berkenaan dengan etika bisnis Islam antara lain :

Diriwayatkan dari Rifa'ah bin Rafi' bahwa Nabi SAW pernah ditanya “Pekerjaan apakah yang paling baik?, beliau menjawab “Pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap jual beli yang baik” (HR. Al-Bazzar dan dianggap Shahih menurut al-Hakim). Diriwayatkan dari Umar bahwa Rasulullah SAW, bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّيِّينَ، وَالصَّدِيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ

“Pedagang yang jujur, terpercaya dan muslim akan bersama para Nabi, orang-orang yang jujur dan para syuhada” (Khuza'i, 2005).

Dalam Al-Quran menegaskan dan menjelaskan bahwa dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, tetapi dengan cara atas dasar sukarela atau keridhoan, baik dalam untung ataupun rugi ketika dalam membeli atau menjual. Adapun firman Allah pada Al-Quran surat An-nisa ayat 29 yaitu :

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

بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuuali dengan jalan perniagaan yang berlakuk dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*(Al-quran, surat An-nisa ayat 29).

Dari ayat di atas dapat dipahami bahwa dalam aturan perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak seperti para penjual dan pembeli dan harus ridha serta sepakat dalam melaksanakan berbagai etika yang dilakukan oleh para pedagang Muslim dalam melaksanakan jual beli. Sehingga dengan mematuhi etika perdagangan Islam, maka diharapkan suatu usaha perdagangan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan (Dawwah, 2008: 58).

### 2.2.2 Aspek-aspek Etika Bisnis Islam

Adapun aspek-aspek etika bisnis Islam yaitu (Harahap, 2011: 78):

#### a. Keesaan (*Tauhid*)

Sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni keesaan Tuhan. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam, ia memadukan berbagai aspek dalam kehidupan manusia yaitu politik, ekonomi, sosial dan keagamaan dan menekankan gagasan mengenai konsisten dan

keuntungan. Selain itu tauhid dalam bidang ekonomi mengantarkan para pelaku ekonomi untuk berkeyakinan bahwa benda adalah milik Allah semata. Tauhid adalah sistem yang harus dijadikan dalam mengelola kehidupan ini.

b. Adil

Prinsip keseimbangan dalam ekonomi memilih kekuatan untuk membentuk pemikiran seseorang bahwa sikap moderat (keseimbangan) dapat mengantarkan manusia kepada keadaan seharusnya, dengan melalui keseimbangan pelaku ekonomi tersebut dirangsang rasa sosialnya agar dapat memberikan sumbangan pada yang berhak. Semua aspek kehidupan harus seimbang agar dapat menghasilkan ketergantungan dan keamanan sosial.

c. Kebajikan

Semua keputusan serta tindakan harus menguntungkan baik itu di dunia maupun di akhirat. Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat, bahkan makhluk hidup contohnya seperti binatang dan tumbuhan.

d. Tanggung Jawab

Di mana Islam menekankan konsep tanggung jawab walaupun tidak mengabaikan kebebasan individu. Karena dapat dikatakan bahwa kebebasan yang diberikan di atas, manusia sendiri harus memberikan pertanggungjawaban

nanti dihadapan Allah atas segala keputusan dan tindakan tersebut.

### **2.2.3 Fungsi Etika Bisnis Dalam Islam**

Etika bisnis Islam mengatur agar segala usaha yang dijalankan sesuai dengan tatanan ajaran agama Islam. Pada dasarnya terdapat fungsi khusus dalam etika bisnis Islam. Adapun fungsi etika bisnis Islam yaitu sebagai berikut (Arifin, 2009: 76):

- a. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islami. Cara yang dilakukan biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas.
- c. Etika bisnis berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern yang semakin tertinggal dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Quran dan Sunnah.

### **2.2.4 Prinsip Etika Bisnis Dalam Islam**

Etika bisnis Islam merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Quran, hadis dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fikih. Adapun lima konsep etika bisnis antara lain (Warjo, 2013).

### 1. Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keterpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan.

### 2. Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam melakukan aktivitas bisnis serta melarang melakukan kecurangan atau berbuat zalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain menerima untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi.

### 3. Kehendak bebas (*Free Will*)

Kebebasan adalah suatu bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

### 4. Tanggung Jawab

Kebebasan tanpa tanpa batas adalah suatau hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut

adanya pertanggung jawaban dan akuntabilitas. Dalam memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.

5. Kebenaran, kebajikan dan kejujuran

Konteks bisnis kebenarana dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

Etika bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang berkenaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dan berbisnis berarti suatu usaha untuk mencari keuntungan yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran-ajaran agama Islam. Dalam etika bisnis Islam prinsip-prinsip yang berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis sehingga dapat diukur dengan beberapa aspek dasar yang meliputi (Mardani, 2014: 32):

- a. Mendatangkan keberkahan.
- b. Berbisnis merupakan saran ibadah kepada Allah, tidak melanggar prinsip syariah.
- c. Ukhwah islamiah.
- d. Jujur dalam takaran dan menimbang, menjual barang yang halal dan transparan.

- e. Menjual barang yang baik mutunya
- f. Tidak menyembunyikan cacat barang.
- g. Tidak menyaingi penjual lain.
- h. Tidak melakukan riba.
- i. Mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya.

Etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah dalam melakukan suatu kegiatan ekonomi. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu :

1. Itikad Baik

Itikad baik di mana kepercayaan, keyakinan yang teguh dan kuat dan dapat diartikan dengan kemauan dan maksud. Dalam artian bahwa tepatnya keyakinan yang baik untuk melakukan bisnis dan memenuhi hal-hal yang berkenaan dengan berbisnis. Adapun ajaran Islam dalam lapangan ibadah atau bahkan muamalah, niat merupakan salah satu hal yang dianggap penting dalam menentukan baik-buruk atau ada tidaknya sesuatu dalam konteks bisnis atau dagang. Nabi Muhammad SAW menyatakan bahwasannya perbuatan itu bergantung atau ditentukan oleh niatnya, oleh karena itu sebabnya ibadah tanpa niat dinyatakan tidak sah.

2. Kejujuran

Maksud jujur adalah lurus hati, tidak melakukan kecurangan, tidak berbohong, tulus dan ikhlas. Kejujuran

adalah sifat (keadaan) jujur, ketulusan (hati), kelurusan (hati) atau sifat yang suka akan suatu kebenaran.

### 3. Kesetiaan/Kepatuhan

Adapun pengertian setia artinya berpegang teguh (pada janji, pendirian, patuh dan taat). Kesetiaan dan kepatuhan menjadi sangat penting dalam dunia bisnis Islami. Kesetiaan mencakup hubungan antara suatu perusahaan dengan pelanggannya dan perusahaan lain. Sedangkan dalam hubungan dagang (bisnis), kesetiaan timbal balik antara pelanggan dengan para pemasok langganannya sangat jelas. Seperti di pasar eceran para pelanggan tidak bisa berkeliling mencari barang, namun mereka mendatangi toko langganannya dengan demikian bahwa lebih baik untuk mengenal para pedagang langganannya tersebut.

Sehingga dapat dikatakan bahwa itikad baik, kejujuran serta kepatuhan merupakan hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh masyarakat di dalam dunia bisnis terutama bagi para pebisnis khususnya.

Selain itu di dalam dunia bisnis semua masyarakat tidak mengharapkan perlakuan tidak jujur dari sesamanya. Di mana praktik manipulasi tidak akan terjadi apabila dilandasi dengan moral tinggi. Moral dan tingkat kejujuran rendah akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri. Namun akan tetapi bagi setiap orang yang bergerak dalam bisnis yang dilandasi oleh rasa keagamaan menadalam akan mengetahui perilaku jujur dapat memberikan

kepuasan tersendiri bagi dirinya baik dirasakan di dunia maupun diakhirat. Adapun beberapa dasar etika bisnis Islam antara lain (Alma dan Priansa, 2009: 200):

1. Menempati janji

Dimana sebagai seorang muslim kita dianjurkan untuk dapat menepati janji, karena janji merupakan ikrar atau kesanggupan yang telah kita nyatakan kepada seseorang dan Yang Maha Kuasa.

2. Masalah utang piutang

Utang dalam artian kegiatan yang bisa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Namun terkadang permasalahan utang ini timbul menjadi persoalan yang sangat sulit diatasi sehingga menimbulkan pertengkaran, sampai masuk kedalam pengadilan bahkan timbulnya kejadian pembunuhan yang tidak diinginkan.

3. Jual beli harus jujur dan hak khiyar

Kejujuran merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan dalam bisnis, karena kejujuran merupakan kunci kesuksesan bisnis. Dengan demikian agar dalam perdagangan tidak terjadi penipuan maka harus adanya khiyar, sehingga adanya penipuan dalam jual beli agar dapat dihindari.

4. Masalah upah agar tidak terjadi kecemburuan dan demonstrasi dari karyawan

Adapun secara etis perlu dilakukan karena profesi bisnis yang pada hakikatnya adalah profesi luhur yang melayani

masyarakat banyak. Usaha bisnis berada di tengah-tengah masyarakat, karena mereka harus menjaga kelangsungan hidup bisnisnya yaitu dengan menjalankan prinsip etika bisnis yang ada.

### **2.2.5 Karakteristik Standar Etika Bisnis Islam**

Adapun karakteristik etika bisnis Islam yaitu (Aziz, 2013: 36):

1. Harus memperhatikan tingkah laku dari konsekuensi serius untuk kesejahteraan manusia.
2. Memperhatikan validitas yang cukup tinggi dari bantuan atau keadilan. Dengan demikian etika untuk berbisnis secara baik dan *fair* dengan menegakkan hukum dan keadilan secara konsisten dan konsekuen setia pada prinsip-prinsip kebenaran, keadaban dan martabat.
  - a. Bisnis tidak hanya bertujuan untuk profil saja, namun perlu memperhatikan nilai-nilai manusiawi.
  - b. Bisnis dilakukan di antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya, sehingga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi pengambilan keputusan, kegiatan dan tindak tunduk manusia dalam berhubungan (bisnis) satu dengan yang lainnya.
  - c. Bisnis saat ini dilakukan dalam persaingan yang sangat ketat, oleh karena itu dalam persaingan bisnis tersebut orang yang bersaing dengan tepat memperhatikan norma-norma etis pada iklim yang semakin profesional justru akan menang.

Sehingga dengan demikian dapat dipahami bahwa pengertian bisnis islami tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi (*religiousness economy practical guidance*).

### 2.3 Jual Beli

Jual beli artinya mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Secara terminologi artinya tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat (Hasan, 2004: 113). Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau suatu barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, dimana yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syar'i dan disepakati. Jual beli diartikan dengan tukar menukar harta secara suka sama suka atau peralihan kepemilikan dengan cara pergantian menurut bentuk yang diperbolehkan. Kata tukar menukar atau peralihan kepemilikan dengan penggantian mengandung makna yang sama bahwa kegiatan pengalihan hak dan pemilikan itu berlangsung secara timbal balik atas dasar kehendak dan keinginan bersama (Syariffuddin, 193).

Namun di sisi lain secara terminologi para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikan jual beli, di antaranya yaitu (Syafei, 2004: 73):

1. Menurut ulama Hanafiyah jual beli merupakan pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus yang diperbolehkan.
2. Menurut Iman Nawawi dalam *Al Majmu* yang dimaksud dengan jual beli adalah pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.
3. Menurut Ibnu Qudamah dalam kitab *Al Mugnim* yang dimaksud dengan jual beli adalah pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan milik.

Jadi menurut beberapa ulama di atas bahwa jual beli adalah tukar menukar barang dengan maksud untuk saling memiliki. Jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak yang mana satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati (Suhendi, 2014: 68). Oleh karena itu dapat diartikan bahwa jual beli merupakan pengikatan seorang pembeli kepada penjual atau sebaliknya, dengan sama-sama memberikan kesepakatan yang telah disepakati.

Adapun pengertian jual beli secara syara' adalah tukar menukar harta dengan harta lain memiliki dan memberi kepemilikan. Adapun sebagian ulama memberi pengertian tukar menukar harta meskipun ada dalam tanggungan atau kemanfaatan yang mubah dengan sesuatu yang semisal dengan keduanya untuk memberikan

secara tetap. Kedua pengertian tersebut mempunyai kesamaan dan mengandung hal-hal yaitu (As-Sa'di dkk, 2008: 143):

1. Jual beli dilakukan oleh dua orang (dua sisi) yang saling melakukan tukar menukar.
2. Tukar menukar tersebut atas suatu barang atau sesuatu yang dihukumi seperti barang yakni kemanfaatan dari kedua belah pihak.
3. Sesuatu yang tidak berupa barang dan harta atau yang dihukumi seperti tidak sah untuk diperjualbelikan.
4. Tukar menukar tersebut hukumnya tetap berlaku, yakni kedua belah pihak memiliki sesuatu yang diserahkan kepadanya dengan ketetapan jual beli dengan pemilikan yang abadi.

Hukum jual beli dibolehkan namun berdasarkan dalil Al-Quran, as-sunnah serta ijma' para ulama. Kaum muslimin menyepakati dan membolehkan jual beli namun selama tidak meninggalkan kewajiban dan apabila orang-orang melakukan jual beli dengan tujuan untuk membantu kemaslahatan atau melakukan perbuatan haram, maka jual beli seperti itu tidak dibolehkan dan tidak sah.

Dalam jual beli istilah fikih disebut sebagai *al-ba'* yaitu dalam bahasa Arab digunakan untuk pengertian lawannya yaitu kata *asy-syira'* atau dikatakan sebagai beli. Sehingga dikatakan *al-bai'* yaitu jual beli. Adapun secara terminologi definisi jual beli yang dikemukakan oleh para ulama fiqh yaitu tukar menukar suatu barang dengan cara tertentu atau dapat dikatakan bahwa menukar barang

dengan sepadan menurut cara yang telah dibenarkan. Dengan demikian jual beli adalah pertukaran barang atas dasar saling rela atau memindahkan milik dengan ganti yang dibenarkan dengan alat tukar yang sah (Dewi, 2005: 101).

### 2.3.1 Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli menurut bahasa yaitu *mutlaqah al-mubadalah* yang berarti tukar menukar secara mutlak, atau dengan ungkapan lain *muqabalah syai' bi syai'* yang berarti tukar menukar sesuatu dengan sesuatu. Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau suatu barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, dimana yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syar'i dan disepakati. Adapun dasar hukum mengenai jual beli berdasarkan dalil-dalil sebagai berikut, antara lain:

1. Firman Allah dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا

خَالِدُونَ



Artinya:

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

Berdasarkan dari ayat di atas menjelaskan tentang melarang praktik jual beli yang mengandung unsur riba. Allah SWT maha mengetahui segala sesuatu yang terjadi pada kehidupan manusia, sehingga apabila terjadinya kemaslahatan, maka diperintahkan untuk dilaksanakan. Namun sebaliknya apabila menyebabkan kemudharatan maka Allah SWT akan melarangnya.

2. Hadist Riwayat Ibn Majah yang artinya: dari Sa'id al-khudhari ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: Sesungguhnya jual beli itu harus didasarkan atas suka sama suka (Mujiatun, 2013).

Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Namun demikian bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkan harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli dan dengan alat tukar menukar yaitu dengan uang ataupun yang lainnya. Adapun dasar ijma' tentang kebolehan ijma' adalah sebagaimana yang telah

diterangkan oleh Ibnu Hajar al-Asqolani di dalam kitabnya *Fath al-Bari* yang artinya:

*“Telah terjadi ijma’ oleh orang-orang Islam tentang kebolehan jual beli dan hikmah jual beli adalah kebutuhan manusia tergantung pada sesuatu yang ada di tangan pemiliknya terkadang tidak begitu saja memberikan kepada orang lain (al-Asqalani, 287).*

Dari dalil tersebut maka, hukum jual beli adalah *jaiz* (boleh). Namun, tidak menutup kemungkinan perubahan status jual beli itu sendiri, semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli (Shobirin, 2015).

Dalil kebolehan jual beli menurut *ijma’* ulama adalah telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. Maka dengan demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai (Abdullah dan Ash-Shawi, 2004: 91). Dari dasar hukum di atas bahwa jual beli hukumnya adalah *mubah*, artinya bahwa jual beli itu diperbolehkan namun memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan di dalam jual beli dengan syarat-syarat yang sesuai dengan hukum Islam.

### **2.3.2 Rukun dan Syarat Jual Beli**

Jual beli merupakan suatu akad dan dipandang sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat jual beli (Hasan, 2004: 118). Rukun adalah kata mufrad dari kata jama’ “*Arkan*” artinya asas atau sendi-sendi atau tiang, yaitu sesuatu yang menentukan sah (apabila

dilakukan) dan tidak sahnya (apabila ditinggalkan) sesuatu pekerjaan dan sesuatu termasuk di dalam pekerjaan itu (Abdul Mujiieb dkk, 2010: 301). Menurut Imam Nawawi dalam syarah *al-Muhadzab* rukun jual beli meliputi tiga hal, yaitu adanya *akid* (orang yang melakukan akad), *ma'qud alaihi* (barang yang diakadkan) dan *shighat* yang terdiri atas ijab (penawaran) *qabul* (penerimaan) (Siswadi, 2013).

1. *Akid*

Adalah pihak-pihak yang melakukan transaksi jual beli seperti penjual dan pembeli. Baik itu merupakan pemilik asli maupun orang lain yang menjadi wali/ wakil dari sang pemilik asli, sehingga ia memiliki hak dan otoritas untuk mentransaksikannya.

2. *Ma'qud*

Yaitu objek akad harus jelas, baik itu kadar dan sifat-sifatnya serta dapat diketahui dengan jelas oleh penjual maupun pembeli. Apabila jual beli yang dalam bentuk samar yang tidak dilihat oleh penjual dan pembeli baik itu salah satu dari keduanya maka dianggap tidak sah. Selain itu dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia serta boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

3. *Shighat* (ijab kabul)

Ijab kabul antara si penjual dan pembeli pada saat penerimaan antara keduanya dengan kerelaan suka sama suka tanpa ada unsur paksaan. Syarat yang terkait dengan ijab kabul di mana

orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal dan kabul sesuai dengan ijab.

Apabila rukun dan syarat jual beli tidak terpenuhi, maka jual beli tersebut dianggap tidak sah. Adapun bentuk jual beli yang dianggap melarang ketentuan syariah, di antaranya yaitu (Nafik, 2010: 82):

- a. Membeli barang dengan harga yang lebih mahal dari harga pasar.
- b. Membeli barang untuk ditahan (ditimbun) agar dapat di jual dengan harga yang lebih mahal sedangkan masyarakat umum sangat membutuhkannya.
- c. Menjual barang untuk keperluan maksiat.
- d. Jual beli dengan penipuan.
- e. Menjual yang bukan atau belum menjadi miliknya dan tidak punya hak akan barang tersebut.
- f. Jual beli utang berdasarkan hadis riwayat Ibn Umar r.a bahwa Nabi Muhammad SAW melarang jual beli *kali'* dengan *kali'* maksudnya utang dengan utang.

Adapun syarat-syarat yang berkaitan terhadap barang yang diperjual belikan adalah sebagai berikut (Ghazali, 2012: 71) :

1. Barang yang diperjual belikan ada dan jika ternyata barang yang diperjual belikan tidak ada, maka harus ada kesanggupan dari pihak penjual untuk mengadakan barang tersebut.
2. Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia.
3. Hak milik sendiri atau milik orang lain dengan kuasa atasnya.

4. Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

Di sisi lain syarat-syarat sahnya jual beli yang di tuturkan oleh ulama mazhab diantaranya adalah (Az-Zuhaili, 2011: 25):

1. Menurut mazhab Hanafi syarat jual beli ada empat katagori yaitu orang yang berakad harus mumayyiz dan berbilang, sighatnya harus dilakukan di satu tempat harus sesuai dan harus di dengar oleh kedua belah pihak serta objeknya dapat dimanfaatkan, suci, milik sendiri dan dapat diserahkan dan harga harus jelas.
2. Menurut mazhab Maliki syarat jual beli adalah orang yang melakukan akad harus mumayyiz, mengerti hukum, berakal sehat dan pemilik barang. Pengucapan harus dilakukan dalam satu majelis antara ijab dan kabul tidak terputus dan barang yang diperjualbelikan harus suci, bermanfaat, diketahui oleh penjual dan pembeli serta dapat diserahkan.
3. Menurut mazhab Syafi'iyah syarat jual beli yaitu orang yang berakal, kehendak sendiri, beragama Islam. Selain itu objek yang diperjual belikan harus suci, dapat diserahkan dan ijab kabul tidak terputus dengan percakapan lainnya, harus jelas.
4. Menurut mazhab Hanbali syarat jual beli adalah orang yang berakad harus mubalig dan berakal sehat, adanya kerelaan, objeknya berupa harta milik para pihak, dapat

diserahtherimakan, dinyatakan secara jelas, tidak ada halangan syara’.

### **2.3.3 Etika Dalam Jual Beli**

Etika merupakan salah satu hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh setiap individu terutama bagi para pebisnis atau pedagang dalam menjalankan kegiatan usahanya. Etika menjadi penting dalam jual beli sehingga menjadi suatu berkah. Salah satu sumber rujukan etika dalam jual beli adalah etika yang bersumber dari Rasulullah SAW. Beliau telah mengajarkan beberapa etika dalam berjualbeli sesuai dengan syariat, yang di antaranya yaitu (Malayahati, 2010: 74):

1. Jujur dalam menjelaskan produk, dapat dikatakan bahwa kejujuran adalah syarat fundamental dalam kegiatan jual beli. Rasulullah SAW sangat menganjurkan kejujuran yang salah satunya dalam aktivitas jual beli.
2. Suka sama suka, di mana permintaan dan penawaran harus adanya suka sama suka dan tidak ada yang merasa terpaksa dalam suatu harga yang ditetapkan. Oleh karena itu berlaku hak milik, yaitu hak pilih bagi salah satu atau kedua pihak yang melaksanakan transaksi untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi yang telah disepakati sesuai dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi.
3. Tidak menipu takaran, ukuran dan timbangan. Adapun dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan.

4. Tidak menimbun barang (*ihtikar*), ihtikar adalah menimbun barang menumpuk dan menyimpan barang ada masa tertentu dengan tujuan agar harganya suatu saat akan naik dan memperoleh keuntungan yang besar. Di sini Rasulullah SAW melarang keras perilaku jual beli yang dilakukan seperti itu.
5. Mengutamakan kepuasan pelanggan, dapat dikatakan bahwa ketekunan dan kesungguhan Rasulullah SAW dalam berbisnis sangat baik.
6. Teguh menjaga amanah, Islam menginginkan seorang pebisnis muslim agar mempunyai hati yang tanggap dengan menjaga dan memenuhi hak-hak Allah SWT dan manusia, serta menjaga muamalahnya dari unsur yang melampaui batas atau sia-sia serta tidak akan mengingkari janjinya kepada pelanggan, sehingga membuat mereka kecewa.
7. Toleran, toleran membuka kunci rezeki dan saran hidup agar menjadi tenang. Selain itu manfaat toleran adalah mempermudah pergaulan, mempermudah urusan jual beli serta mempercepat kembalinya modal. Allah SWT mengasihi orang yang lapang dada dalam menjual, membeli serta melunasi hutang.

### **2.3.4 Macam-macam Jual Beli**

Adapun macam-macam jual beli dalam Islam antara lain:

1. Jual beli ditinjau dari segi hukum yang terbagi menjadi dua yaitu:

- a. Jual beli yang sah menurut hukum
- b. Jual beli yang batal menurut hukum
2. Adapun jual beli yang ditinjau dari segi objek sebagai berikut:  
Menurut pendapat Imam Taqiyuddin jual beli terbagi menjadi 3 yaitu:
  - a. Jual beli benda yang kelihatan, di mana maksudnya adalah ketika terjadi akad benda atau barang tersebut ada di depan penjual dan para pembeli.
  - b. Jual beli yang disebut sifat-sifat benda atau barangnya dalam perjanjian, maksudnya adalah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu.
  - c. Jual beli yang tidak ada, yaitu benda yang diperjual belikan tersebut tidak ada.
3. Jual beli yang ditinjau dari segi pelaku akad yaitu:
  - a. Akad jual beli yang dilakukan dengan perantara misalnya melalui via pos, giro dan lainnya. Jual beli seperti ini sama halnya dengan ijab kabul menggunakan ucapan, namun yang membedakan yaitu antara si penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majelis akad.
  - b. Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan.
  - c. Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau lebih dikenal dengan istilah mu'athah (mengambil dan memberikan barang tanpa jibal dan kabul seperti seseorang yang membeli permen yang sudah bertuliskan label harganya).

### 2.3.5 Hal-hal Yang Tidak Dibolehkan Dalam Jual Beli

Dalam jual beli ada hal-hal yang tidak diperbolehkan dan memiliki batasan-batasan tertentu. Adapun hal-hal yang dilarang dalam jual beli antara lain (Mardani, 2014:39):

a. Larangan Riba

Riba berarti *az-ziyadh* (tambahan), *an-nama'* (tumbuhan). Istilah riba telah digunakan oleh masyarakat jahiliah, riba yang diaplikasikan pada masa itu adalah tambahan dalam bentuk uang akibat penundaan pelunasan utang. Dengan demikian riba dapat diartikan dengan tambahan yang disyaratkan dalam transaksi bisnis tanpa ada ganti rugi yang sah kepada penambahan tersebut dan ini merupakan riba yang dimaksud dalam Al-Quran.

b. Larangan Berbuat *Tadlis* (penipuan/menyembunyikan cacat barang)

*Tadlis* adalah sesuatu yang mengandung unsur penipuan. *Tadlis* (penipuan) dalam bermuamalah dan berinvestasi adalah menyampaikan sesuatu dalam transaksi bisnis dengan informasi yang diberikan tidak sesuai dengan fakta yang ada pada sesuatu tersebut, yang termasuk *tadlis* antara lain adalah *tahfif* (curang dalam timbangan) dan jual beli fiktif sebagaimana hadis Rasulullah SAW “*Tidak halal penjualan ijon, tidak pula dua syarat (yang bertentangan) dalam (suatu transaksi) penjualan dan tidak ada penjualan atas suatu barang yang tidak ada padamu.*”

c. Larangan transaksi yang mengandung *gharar* (pertaruhan/spekulasi)

Transaksi *gharar* merupakan akad yang mengandung unsur juha lah (ketidak jelasan) terhadap barang dagangan yang dijual sehingga mengakibatkan ketidakjelasan. Larangan *gharar* terdapat dalam Hadist Nabi Muhammad SAW “*Bahwa Nabi SAW melarang jual beli hewan yang masih dalam kandungan dan jual beli yang mengandung gharar (tipuan).*” Adapun yang termasuk *gharar* yaitu:

1. Tidak jelas takarannya dan spesifikasi barang yang dijual.
2. Tidak jelas bentuk barangnya.
3. Informasi yang diterima tidak jelas.
4. Larangan berbuat *ghabn* (tindak penipuan/mengurangi takaran)

Adapun beberapa dalil yang melarang perbuatan *ghabn* di antaranya :

1. Firman Allah SWT dalam QS. Al-Mutafiffin (83): 1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya:

“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang 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”.*

2. Firman Allah SWT dalam Al-quran surah Ar-Rahman (55): 9:

وَأَقِمْوْا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

Artinya:

*“Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu”.*

3. Hadis “Apabila kamu menjual katakanlah “Tidak ada penipuan” (HR.Bukhari dari Abdullah bin Umar r.a).
4. Hadis “*Bukanlah termasuk umatku, orang yang melakukan penipuan*” (HR. Ibnu Majah dan Abu Daud melalui Abu Hurairah).

d. Larangan ikrah (Pemaksaan)

Orang-orang yang melakukan pemaksaan dalam menjalankan akad jual beli sungguh bertentangan dengan perintah Nabi SAW, yaitu Nabi SAW melarang jual beli secara paksa, jual beli dengan tipuan dan menjual buah yang belum ada. Jual beli dengan paksaan dapat terjadi dalam dua bentuk yaitu:

1. Terdapat dalam akad, yaitu adanya paksaan untuk melakukan akad. Jual beli ini adalah rusak dan dianggap tidak sah.
2. Adanya keterpaksaan untuk menjual sesuatu karena sedang dililit utang yang bertumpuk atau beban yang

berat, sehingga menjual apa saja yang dimiliki meskipun dengan harga yang rendah karena kondisi darurat.

e. Larangan berbuat *ihtikar* (Penimbunan)

Penimbunan merupakan perilaku ekonomi yang merugikan orang lain. Terlebih dengan sengaja menyimpan bahan kebutuhan pokok yang berakibat kelangkaan komoditas di pasar sehingga harga barang menjadi lebih mahal (*ihtikar*). Menimbun jelas merugikan banyak orang sehingga disalahkan oleh Rasulullah SAW sebagaimana sabdanya “*Hendaklah seseorang tidak menimbun kecuali ia orang yang bersalah.*” (HR. Muslim dan Ahmad).

## 2.4 Pasar

### 2.4.1 Pengertian Pasar

Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti tempat atau lokasi tertentu, sehingga memungkinkan pembeli dan penjual dapat saling bertemu. Pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang dan jasa tertentu, sehingga dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan (Suprayitno, 2008: 205). Dalam pasar terdapat penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli baik barang maupun jasa (Kasmir, 2013: 169). Pasar merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia. Pasar dalam realitas bisnis sebagai mekanisme yang dapat mempertemukan

penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga (Nawawi, 2013: 335). Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar sehingga dengan demikian terbentuk harga. Menurut William J. Stonton mengemukakan bahwa pengertian pasar yaitu orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi dalam pengertian tersebut terdapat ada tiga faktor utama yang menunjang terjadinya pasar, antara lain:

- a. Orang dengan segala keinginan.
- b. Daya beli mereka.
- c. Tingkah laku dalam pembelian mereka.

Meskipun seseorang mempunyai keinginan untuk membeli suatu barang tetapi tanpa ditunjang oleh daya beli dan kemauan untuk membelanjakan uangnya, maka orang tersebut bukan bagian dari pasar. Namun sebaliknya mempunyai kemampuan tetapi ia tidak ingin membeli suatu barang ia bukan merupakan pasar bagi penjualan barang tersebut (Mursid, 2014: 25).

Salah satu yang terpenting dalam kehidupan manusia adalah bisnis, atau usaha komersial diberi tuntutan cukup banyak dari Al-Quran. Namun di sisi lain, Rasulullah SAW menggambarkan misi beliau sebagai penyempurnaan akhlak. Sehingga dapat ditemukan etika bisnis dari tuntutan Al-Quran dan Sunnah (Shihab, 2000: 234). Dengan mengacu pada Al-quran dan praktek kehidupan pasar pada

masa Rasulullah dan sahabatnya, Ibnu Taymiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang islami adalah sebagai berikut (Juliansyah: 2011):

1. Orang harus bebas keluar masuk pasar.
2. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan.
3. Adanya kenaikan dan penurunan harga yang disebabkan naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
4. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan dan kecurangan kualitas barang.
5. Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, kecurangan dalam menakar, menimbang dan mengukur dan niat yang buruk dalam perdagangan.
6. Pelaku pasar juga dilarang menjual barang-barang haram seperti minuman keras, alat perjudian dan pelacuran dan lain-lain.

Konsep pasar membawa kita kembali pada konsep pemasaran, di mana pemasaran merupakan dimensi pertama dan utama. Ukuran suatu pasar tergantung pada jumlah pembeli yang berada dalam pasar tersebut. Pembeli potensial memiliki tiga karakteristik pokok salah satunya yaitu mempunyai minat, penghasilan dan akses. Adapun berdasarkan ketiga karakteristik tersebut adalah (Singgih dan Fandy, 2002: 64).

1. Pasar potensial (*potential market*), yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki tingkat minat tertentu terhadap penawaran pasar tertentu.
2. Pasar yang tersedia (*available market*) yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan dan akses pada penawaran pasar tertentu.
3. Pasar tersedia yang memenuhi syarat yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, akses dan kualifikasi untuk penawaran pasar tertentu.
4. Pasar yang dilayani (*served market* atau *targer market*) yaitu sebagian dari pasar tersedia yang ingin dimasuki perusahaan.
5. Pasar penetrasi (*penetration market*) adalah sekumpulan konsumen yang benar-benar telah membeli produk.

#### **2.4.2 Macam-macam Pasar**

##### **1) Pasar Tradisional**

Pasar tradisional merupakan tempat yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang dimana tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam proses transaksi secara langsung dalam bentuk eceran dengan proses tawar-menawar serta bangunannya yang terdiri dari kios-kios atau gerai dan dasaran terbuka oleh penjual maupun pengelola pasar. Adapun kebutuhan yang diperjual belikan antara lain bahan-bahan makanan berupa ikan, buah sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian elektronik, jasa dan lainnya. Pasar tradisional adalah tempat

pertemuan langsung antara penawaran pedagang dan permintaan konsumen. Pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Namun pasar ini umumnya hanya dapat ditemukan di kawasan permukiman agar memudahkan para pembeli untuk mencapai pasar. Berikut ciri-ciri pasar tradisional yaitu (Mursidah, 2017):

- a. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan dikelola oleh pemerintah.
- b. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Selain itu tawar menawar merupakan salah satu budaya yang terbentuk di pasar. Dengan demikian dapat menjalin hubungan sosial antara pedagang dan pembeli yang lebih dekat.
- c. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda. Selain itu terdapat pengelompokan dagangan sesuai dengan jenis dagangannya seperti kelompok pedagang ikan, sayur, buah, bumbu dan daging.
- d. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Meskipun ada sebagian dagangan yang diambil dari hasil bumi di daerah lain yang tidak jauh dari daerah tersebut, tetapi tidak mengimport sampai keluar pulau atau negara.

Pasar tradisional adalah sebuah tempat yang terbuka yang terjadinya proses transaksi jual beli antara para penjual dan pembeli yang memungkinkan proses tawar menawar. Selain itu di pasar tradisional tersebut pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, tetapi ia bisa menjadi penjual. Bahkan masyarakat bisa menjual dagangannya di pasar tersebut. Disisi lain pasar tradisional adalah tempat bertemunya para pembeli secara langsung.

## 2) Pasar Modern

Pasar modern tidak berbeda dari pasar tradisional, namun pasar ini penjual dan pembeli tidak berinteraksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang tersebut (*barcode*), dan pelayanan ini dilakukan secara mandiri (*swalayan*) atau dilayani oleh pramuniaga. Adapun barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti buah, sayuran, daging. Sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah yang bertahan lama. Berikut ini ciri-ciri pasar modern antara lain (Arianty, 2013):

- a. Tidak terikat pada tempat tertentu, bisa di mana saja (*contoh, by online*).
- b. Alat pembayaran bisa non tunai (*transfer*).
- c. Penjual dan pembeli tidak harus bertemu langsung.
- d. Pada situasi tertentu seperti di supermarket tidak bisa menawar.
- e. Barang yang dijual beranekaragam dan umumnya tahan lama.
- f. Tempat yang bersih.

- g. Ruang ber-AC serta nyaman tidak terkena terik panas matahari.
- h. Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (*swalayan*).
- i. Tata tempat sangat diperhatikan dengan tujuan untuk mempermudah dalam pencarian barang.
- j. Serta pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tidak ada tawar menawar lagi.

#### 2.4.3 Mekanisme Pasar

Pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena baik secara teoritis maupun praktis Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai dengan nilai-nilai yang syariah meskipun tetap dalam suasana bersaing. Namun hal ini tentu saja bukan hanya kewajiban personal pelaku pasar namun juga membutuhkan intervensi pemerintah. Dalam hal ini pemerintah mempunyai peranan yang penting dan besar dalam menciptakan pasar islami, sebagaimana ditunjukkan oleh adanya *hisbah* pada masa Rasulullah dan sesudahnya. Adapun gambaran pasar Islami adalah pasar yang di dalamnya terdapat persaingan yang sehat namun dibingkai dengan nilai-nilai moralitas Islam. Nilai tersebut secara garis besar terbagi menjadi dua, yaitu pertama norma yang bersifat khas yaitu hanya berlaku untuk muslim dan yang kedua Islam juga sangat memperhatikan norma yang berlaku dalam masyarakat umum dan berlaku secara universal seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Pasar dapat dikatakan sebagai sarana

pertemuan antara para penjual dan pembeli yang dilakukan antara kedua belah pihak di mana transaksi yang dilakukan dalam pasar adalah seperti barang-barang yang dibutuhkan yaitu sayuran, ikan, daging ayam dan lain sebagainya.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Adapun kajian pustaka peneliti telah memperoleh 5 penelitian yang telah ada. Kelima jurnal penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian di antaranya:

Irna Sari, (2017). *Penerapan etika bisnis bagi pedagang muslim dalam persaingan usaha (studi kasus Pasar Butung Makasar)*. Penerapan etika bisnis harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian, yang sesuai dengan aturan-aturan yang ada. Namun aturan-aturan tersebut tidak menjadi penting bagi beberapa para pedagang yang hanya mementingkan diri sendiri. Dalam aktivitas perdagangan para pedagang di Pasar Butung Makasar, hanya sekedar mencari keuntungan saja tanpa melihat dan memperhatikan nilai-nilai keislamannya. Sehingga para konsumen merasa dirugikan serta banyaknya kecurangan yang terjadi pada transaksi bisnis yang terjadi di kalangan masyarakat.

Hafiz Juliansyah, (2011). *Faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam pedagang pasar Ciputat*. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah adanya pergeseran etika dalam dagang atau bisnis. Para pedagang mengurangi timbangannya, serta menjual bangkai (tiren) dan daging yang tidak sehat. Sehingga menandakan timbulnya gejala ketidakpedulian antar sesama, tanggung jawab

sosial dan tingkat kejujuran dalam bersaing yang dapat merugikan sebelah pihak terutama bagi konsumen sendiri. Oleh karena itu banyaknya penyimpangan-penyimpangan yang terjadi pada ekonomi pasar. Bahwasannya etika bisnis Islam mengajarkan manusia untuk menjalin kerja sama, tolong menolong serta menjauhi sikap dengki. Namun yang terjadi saat ini masih banyaknya para pelaku bisnis yang hanya mementingkan diri sendiri tanpa memperdulikan masyarakat sekitarnya.

Anidawati, (2014). *Implementasi etika pedagang menurut perspektif ekonomi Islam (studi pada Kasar Pelita kecamatan Kubu Babusalam kabupaten Rokan Hilir)*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Islam telah mengatur etika perdagangan dengan sangat jelas, baik yang diperoleh maupun yang dilarang. Dalam kajian ini salah satunya adalah Pasar Pelita yang menjadi pusat perbelanjaan bagi masyarakat kecamatan Kubu Babusalam. Pasar ini menjual berbagai macam dagangannya yang bersifat primer dan sekunder. Namun dalam kasus Pasar Pelita yang menjadi objek penelitian ini adalah dimana praktik perdagangan terdapat banyak hal yang tidak sesuai dengan etika perdagangan dalam Islam. Salah satunya menjual barang di atas harga pasar sehingga pembeli/konsumen tidak mengetahui adanya kecacatan produk tersebut. Selain itu para pedagang menutupi kecacatan suatu barang agar dagangannya dapat terjual dengan cepat.

Helmi Rahmatullah, (2016). *Implementasi Aspek-aspek Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta*. Penelitian ini menjelaskan bahwa dalam Islam, bisnis merupakan salah satu upaya manusia dalam menjalankan tugas hidupnya di dunia yang diproyeksikan dalam kehidupan berjangka panjang di akhirat dengan segala konsekuensinya. Selain itu mengacu pada Al-Quran dan praktik kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan sahabatnya yang menjadi panutan bagi seluruh umat. Namun pada kenyataannya masih banyaknya para pelaku bisnis yang mengabaikan etika bisnis, seperti memonopoli harga dengan cara menjual barang dagangan lebih murah dari harga pasaran sehingga menyebabkan pedagang lainnya terkena imbasnya, menjual barang yang tidak bagus serta menjual barang dagangan yang haram.

Azizah, (2016). *Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Berdasarkan penelitian ini, semua manusia dalam kehidupannya memiliki keinginan untuk hidup tenteram. Salah satu yang dapat mewujudkan ketenteraman itu adalah transaksi perdagangan yang dilakukan atas dasar kejujuran dan keadilan dengan tujuan agar terhindar dari segala kecurangan dalam pasar. Namun fenomena yang terjadi di pasar saat ini, para penjual menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan yang tinggi seperti kecurangan pedagang teri, di atasnya teri yang

bagus namun di bawahnya hanya kepala teri saja serta kecurangan pedagang buah, selalu mencampurkan kualitas yang baik dengan kualitas tidak baik. Para pedagang memainkan timbangan, ukuran atau kekurangan lainnya karena permintaan semakin banyak. Sehingga transaksi demikian harus ditindak lanjuti secara serius.

Untuk lebih memperjelas perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1  
Penelitian Sebelumnya

| No. | Nama dan Judul                                                                                                           | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Persamaan                                                                                                                                               | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Irna Sari, (2017) Penerapan etika bisnis bagi pedagang muslim dalam persaingan usaha (studi kasus Pasar Butung Makasar). | Dalam penelitian ini menyatakan bahwa aktivitas para pedagang dalam melaksanakan kegiatannya hanya sekedar mencari keuntungan saja, tanpa memperhatikan nilai-nilai keislaman. Namun sebagian para pedagang ada yang menerapkannya dan ada yang sudah mengetahui namun belum menerapkan dengan baik. | Berdasarkan persamaannya yaitu, sama-sama membahas tentang bagaimana penerapan etika bisnis Islam yang dijalankan oleh para pedagang dalam dunia pasar. | Adapun perbedaannya yaitu, tempat yang ingin dituju serta penelitian peneliti lebih membahas kepada pedagang sayur, pedagang ikan dan pedagang ayam dalam transaksi yang dijalankan oleh para pedagang. selain itu untuk mengetahui bagaimana pengetahuan para pedagang dalam menjalankan praktiknya yang sesuai dengan bisnis Islam. |

Tabel 2.1 Lanjutan

| No. | Nama dan Judul                                                                                                                                         | Hasil                                                                                                                                                                                                                                            | Persamaan                                                                                          | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.  | Hafiz Juliansyah, (2011). <i>Faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam pedagang pasar Ciputat.</i>                                            | Penelitian ini membahas tentang para pedagang yang mengurangi timbangannya serta menjual bangkai tiren atau daging yang tidak sehat yang dapat menimbulkan ketidak pedulian antara sesama dan lebih mementingkan keuntungan semata.              | Adapun persamaannya yaitu, membahas tentang etika bisnis Islam para pedagang di dunia pasar.       | Perbedaan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam para pedagang di pasar Ciputat. Sedangkan perbedaan penelitian peneliti membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang salah satunya para pedagang di pasar Peunayong Banda Aceh.                                                |
| 3.  | Anidawati, (2014). <i>Implementasi etika pedagang menurut perspektif ekonomi Islam (studi pada Pasar Pelita Kubu Babusalam kabupaten Rokan Hilir).</i> | dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa, para pedagang belum sepenuhnya menjalankan etika bisnis Islam, di mana para pedagang masih melakukan kecurangan seperti mengurangi timbangan, kurangnya keramahan serta melakukan penimbunan barang. | Adapun persamaannya adalah membahas tentang etika bisnis Islam yang dijalankan oleh para pedagang. | Perbedaannya adalah objek/tempat yang berbeda selain itu, untuk melihat bagaimana penerapan etika para pedagang di pasar Pelita Kubu Babusalam dan untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang penerapan etika jual beli. Sedangkan penelitian peneliti membahas tentang bagaimana penerapan etika bisnis yang dijalankan para pedagang di pasar Peunayong Banda Aceh. |

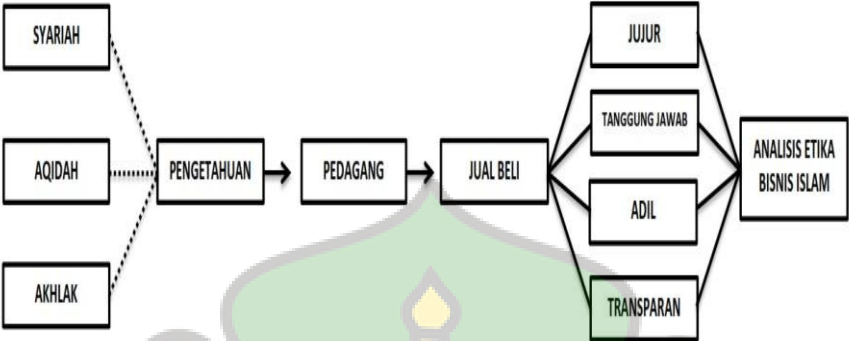
Tabel 2.1 Lanjutan

| No. | Nama dan Judul                                                                                                                      | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Persamaan                                                                                             | Perbedaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.  | Helmi Rahmatullah, (2016). <i>Implementasi Aspek-aspek Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta.</i> | Adapun hasil penelitian ini, pada kenyataannya masih terdapat banyaknya para pedagang pelaku bisnis yang mengabaikan etika bisnis Islam serta memonopolikan harga yaitu dengan menjual barang yang lebih murah serta yang menyebabkan para pedagang lain terkena Imbasnya.                                                                                                                                                 | Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam yang dijalankan oleh para pedagang. | Perbedaannya yaitu tempat yang ingin dituju. Di mana lebih membahas tentang implementasi aspek-aspek etika bisnis Islam para pedagang, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar Peunayong.                                                                                                                                                  |
| 5.  | Azizah, (2016). <i>Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam.</i>                               | Hasil dari penelitian ini adalah penerapan etika jual beli di pasar tradisional Celancang belum berjalan secara efektif dan belum sepenuhnya sesuai dengan Islam. Dimana masih terdapat kecurangan para pedagang dalam mencapuri kualitas barang yang baik dengan kualitas barang yang tidak baik. serta para pedagang memainkan timbangan, ukuran yang menyebabkan jual beli yang dijalankan tidak atas kejujuran semata. | Adapun persamaannya yaitu, membahas bagaimana etika para pedagang dalam jual beli di dunia pasar.     | Perbedaannya antara lain, tempat yang ingin dikaji dan perbedaan penelitian ini lebih membahas etika jual beli para pedagang yang melakukan kecurangan dalam menjual kualitas barang dagangannya seperti teri, dan memainkan timbangan. Sedangkan penelitian peneliti, lebih membahas tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang salah satunya pada pedagang sayur, ikan dan ayam. |

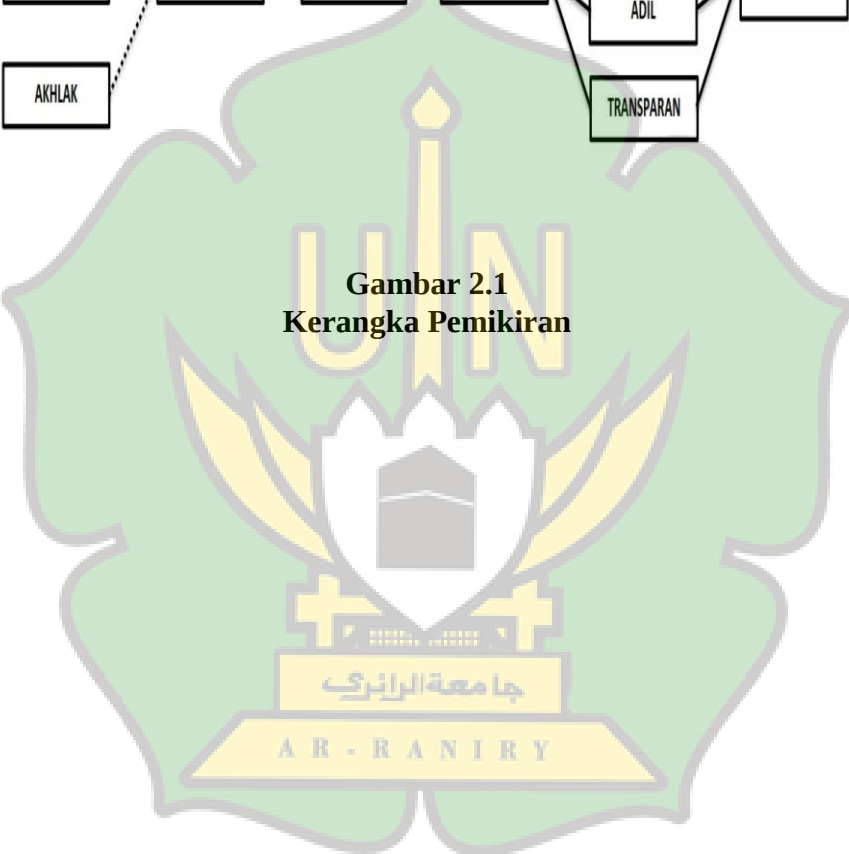
## 2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir pada dasarnya mengungkapkan alur fikir peristiwa sosial yang diteliti secara logis dan rasional, sehingga jelas proses terjadinya fenomena sosial yang diteliti dalam menggambarkan permasalahan penelitian (Hamidi, 2004: 91).

Dari kerangka pemikiran di bawah ini, maka dapat dijelaskan bahwa pengetahuan memberikan peran penting bagi manusia dalam mengetahui suatu objek tertentu. Dalam etika berbisnis seseorang harus memahami bagaimana tujuan bisnis dalam transaksi yang dilakukan oleh para pedagang, dengan adanya pengetahuan, seseorang akan memahami bagaimana syariah, aqidah dan akhlak dalam berbisnis. Apabila pengetahuan tersebut telah dimiliki oleh para pedagang maka tujuannya bagaimana para pedagang mengaplikasikan proses jual beli yang dilihat dari beberapa kriteria tingkat jujur, tanggung jawab, adil dan transparan yang dijalankan. Sehingga dari keempat tersebut maka dilihat bahwa bagaimana analisis etika bisnis Islam yang dilakukan oleh para pedagang itu sendiri.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiono, 2009: 1). Pada penelitian ini peneliti bermaksud untuk melihat fakta atau pengamatan di lapangan terkait penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh, penelitian ini dilakukan mulai bulan September 2018.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah suatu tempat yang dijadikan objek pada penelitian dengan cara memberikan alasan yang logis mengapa tempat tersebut dipilih sebagai lokasi penelitian (Sopiah, 2010: 171). Adapun yang menjadi lokasi penelitian ini yaitu pasar tradisional Peunayong Banda Aceh, pasar tradisional peunayong merupakan pusat pasar terbesar di Banda Aceh yang memenuhi kebutuhan dalam berbelanja bagi masyarakat.

#### **3.3 Populasi dan Penarikan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya orang, akan tetapi objek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sudjana, 2013: 71). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh.

Sampel adalah objek dari populasi yang diambil melalui teknik sampling, yakni cara-cara mereduksi objek penelitian dengan mengambil sebagian saja yang dapat dianggap representatif terhadap populasi (Soeharto, 1993:61). Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah pedagang di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh dengan jumlah 15 pedagang di pasar tradisional Peunayong.

### **3.4 Sumber Data**

Untuk mengetahui segala kegiatan perdagangan di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh, maka diperlukan sumber data yang akurat dan dapat dipercaya. Pada penelitian ini sumber datanya yaitu :

#### **a. Data primer**

Merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, misalnya dari individu atau perseorangan. Contohnya yaitu hasil wawancara, yang semua data ini merupakan data mentah yang akan

diproses untuk tujuan-tujuan dengan kebutuhannya (Umar, 2009: 45).

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku-buku dan situs-situs internet (Bungih, 2005: 128). Dalam penelitian ini di peroleh dari hasil pengumpulan dokumen-dokumen, buku-buku ilmiah yang berhubungan dengan etika bisnis Islam yang sedang penulis jalankan. Kemudian digunakan jurnal-jurnal yang ada dengan menyebutkan nama aslinya.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Observasi**

Observasi merupakan pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang dilakukan. Secara umum pengertian observasi adalah cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang dijadikan objek pengamatan (Djaali dan Muljono, 2007: 16). Observasi di definisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati, serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis (Herdiansyah, 2013: 132). Secara umum observasi berarti pengamatan, penglihatan. Sedangkan secara khusus dalam dunia penelitian yaitu mengamati dan mendengar dalam rangka memahami, mencari jawaban, bukti terhadap fenomena sosial-keagamaan (perilaku, kejadian-kejadian,

benda dan simbol-simbol tertentu) (Suprayoga dan Tobroni, 2003: 167). Pada penelitian ini peneliti akan melakukan observasi terhadap penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh.

### 3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah cara mencari informasi atau data melalui interaksi verbal/lisan, wawancara memungkinkan kita menyusup ke dalam “alam” pikiran orang lain, yang berhubungan dengan perasaan, pikiran, pengalaman, pendapat dan lainnya yang tidak bisa diamati. Penelitian ini peneliti mengambil sumber data melalui wawancara dengan tujuan untuk mendapat suatu informasi yang akurat (Sugiono, 2014: 8). Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report* atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi (Sugiono, 2014: 209). Terkait etika perdagangan yang ada di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh. Teknik wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur, di mana menyediakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang tepat dan akurat. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pedagang ikan,

pedagang ayam dan pedagang sayur yang ada di pasar Peunayong Banda Aceh.

### 3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah cara untuk mendapatkan pemahaman dan pengertian yang tepat tentang suatu objek. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yaitu digambarkan dengan kata-kata atau kalimat. Setelah data dikumpulkan selanjutnya disusun sesuai dengan kenyataan berdasarkan pembahasan yang telah direncanakan. Secara sistematis langkah-langkah analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Memperoleh data yang telah diperoleh dari hasil wawancara (*interview*) dan observasi.
- b. Menyusun data yang diperoleh sesuai dengan urutan pembahasan yang telah direncanakan.
- c. Melakukan interpretasi secukupnya terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai hasil kesimpulan.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Pasar Peunayong Banda Aceh**

Pada penelitian ini, penulis membahas tentang bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh. Peneliti menggunakan metode kualitatif melalui langkah observasi di lapangan yang ingin dikaji.

Pasar merupakan fasilitas umum yang melayani hampir seluruh kebutuhan sandang pangan masyarakat. Namun mengingat pentingnya keberadaan pasar dalam melayani kebutuhan konsumen, maka perkembangan pertumbuhan pasarpun menjadi sangat cepat. Badan Layanan Umum Daerah (BLUD) Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Pasar merupakan organisasi yang bertugas mengelola pasar-pasar yang ada, membina, mengatur dan menata para pedagang yang berjualan di pasar di Kota Banda Aceh, BLUD-UPTD Pasar berada di bawah Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Banda Aceh yang dibentuk pada Tahun 2011 berdasarkan Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 39 Tahun 2011 yang dipimpin oleh seorang kepala yang dalam melaksanakan tugas dan fungsinya memimpin BLUD-UPTD pasar.

Pada awalnya pasar di Kota Banda Aceh dikelola oleh Dinas Pasar dan pada Tahun 2009 dibentuk Satuan Kerja (Satker)

Pengelola Pasar Kota Banda Aceh berdasarkan Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 7 Tahun 2009 yang merupakan unit kerja di bidang pengelola pasar yang meliputi, mengatur, mengendalikan, mengkoordinasikan, merencanakan, mengawasi, membina dan mengelola administrasi keuangan, barang, aset dan perlengkapan pengelolaan pasar. Di sisi lain, sebagian besar pasar berada di Kecamatan Kuta Alam dan Kecamatan Baiturahman. Adapun pasar-pasar yang berada di Kecamatan Kuta Alam adalah pasar-pasar yang berada di Peunayong yaitu seperti, pasar sayur dan buah kartini, pasar nasabe, pasar unggas, pasar ikan, pasar daging dan pasar rex, Sedangkan pasar yang berada di kecamatan Baiturrahman adalah Pasar Aceh, pasar Kampung Baru, Pasar Peuniti dan Pasar Seutui.

Pasar tradisional Peunayong merupakan salah satu pasar yang terdapat di Banda Aceh yang menjadi pusat pasar terbesar pembelanjaan bagi masyarakat sekitar dalam memenuhi kebutuhan hidup. Peunayong adalah bagian dari wilayah kota tua Banda Aceh yang didesain sebagai *Chinezen Kamp* yang disebut dengan pecinan. Di tempat ini dihuni warga cina dari suku *Khe*, *Tio Chiu*, *Kong Hu*, *Hokkian*. Menurut sejarah, hubungan antara Aceh dengan China terjalin sejak abad ke-17 Masehi, di mana para pedagang China yang silih berganti mengunjungi Aceh, namun sebagian dari mereka adalah para pedagang musiman dan juga pedagang yang menetap di Banda Aceh. Peunayong berasal dari kata Peumayong yang berarti tempat berteduh, yang pada tempo

dulu daerah tersebut banyak ditumbuhi pohon-pohon besar yang sangat rimbun sampai ke daerah ujung Peunayong. Sampai saat ini Gampong Lampulo menjadi tempat persinggahan. Berawal dari sinilah masyarakat menjuluki kata Peunayong, hal ini disebabkan oleh kesalahan dalam pengejaan kata oleh sebagian besar masyarakat sehingga lebih mudah menyebutnya Peunayong. Pada zaman kepemimpinan Sultan Iskandar Muda daerah ini dijadikan sebagai kota “spesial”, karena Sultan memberikan rasa aman kepada para tamu yang datang dan menjamu para tamu kerajaan yang datang dari Eropa dan China. Sehingga pasar Peunayong menjadi pusat pasar bagi masyarakat sekitar. Di sisi lain, kegiatan perdagangan yang dilakukan dengan cukup baik, sehingga memberikan dampak positif bagi para pedagang dalam melakukan mata pencaharian yang pada umumnya tumbuh di lingkungan tempat bisnis. Secara administratif pasar ini masuk dalam Kelurahan Peunayong Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh.

Pasar Peunayong merupakan salah satu pasar yang terdapat di kawasan Banda Aceh yang memiliki fungsi utama sebagai kawasan perdagangan bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Pada Tahun 1940 Banda Aceh hanya memiliki satu pasar sentral yang berada di kota Banda Aceh yang menawarkan berbagai produk sandang pangan dan produk lainnya. Namun dengan berkembangnya zaman serta pertumbuhan penduduk yang ada, jumlah para pedagang dalam memenuhi permintaan konsumen

semakin meningkat. Sehingga pemerintah kota dalam mengembangkan pusat Pasar Aceh memerlukan perluasan yang strategis. Di sisi lain, dikarenakan lokasi pasar tersebut berada di tengah kota sulit untuk mengembangkannya dan pembangunan pasar ini dibangun hanya berkapasitas 100 bangku yang memuat 120-140 pedagang. Sehingga dengan kondisi ini banyak para pedagang ikan yang tidak tertampung untuk berjualan dilokasi tersebut.

Oleh karena itu, pada tahun 1968-1969 dibangun pasar semi permanen di daerah Peunayong yang berada di pinggiran sungai Aceh (Krueng Aceh), dengan dibangunnya pasar tersebut menjadi awal kemunculan pasar tradisional Peunayong. Di pasar ini tidak hanya menawarkan ikan, namun berbagai macam aneka bahan pangan yang dibutuhkan oleh masyarakat yaitu seperti rempah-rempah, pakaian, sembako dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Pada Tahun 2004 Banda Aceh mengalami keterpurukan bencana Tsunami yang memporak porandakan pasar, keadaan pada saat itu menjadi sangat mengprihatinkan bagi masyarakat sekitar. Namun dalam kurung waktu yang tidak berlangsung lama, pada Tahun 2005 Pemko Banda Aceh bekerja sama dengan CHF (*Community Habitat Finance*), CRS (*Catholic Relief Services*) dan ARC (*American Red Cross*) membangun kembali kompleks pasar Peunayong yang menjadi tiga gedung bertingkat, gedung tersebut dikelompokkan berdasarkan bahan pangan. Adapun gedung pertama yaitu menawarkan ikan segar dan sayuran (Pasar Nasabe),

gedung kedua menawarkan daging ayam dan bebek (Pasar Unggas) dan pasar bumbu, serta gedung terakhir menjual daging sapi dan kambing (Pasar daging). Secara geografis, pusat pasar ini menjadi cukup strategis karena berada di pusat keramaian penduduk, sehingga memudahkan masyarakat dalam berbelanja kebutuhan yang diinginkan.

#### 4.1.2 Visi dan Misi Pasar Kota Banda Aceh

1). Visi:

Profesional dalam pelayanan dan pembenahan pasar menuju pasar yang sehat, bersih dan nyaman.

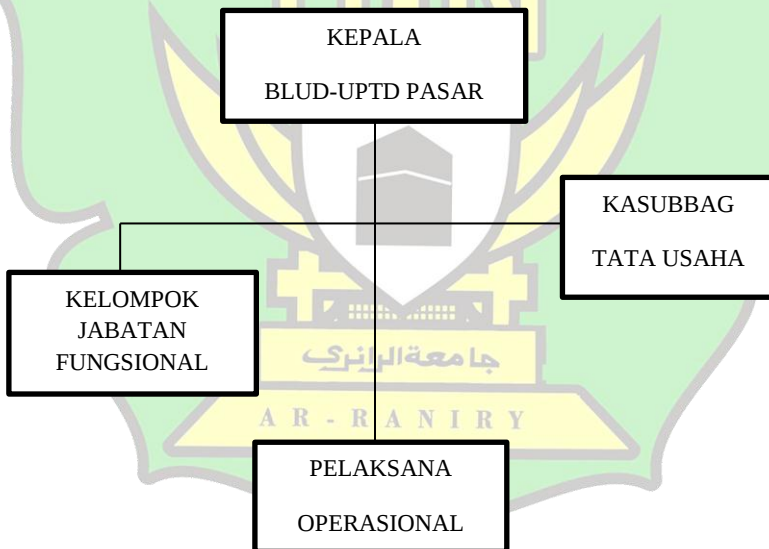
2). Misi:

- a) Meningkatkan pengembangan pasar Kota Banda Aceh.
- b) Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mewujudkan sadar akan pasar yang berjiwa islami.
- c) Meningkatkan profesionalisme aparatur pembina dan pengelola usaha di bidang pasar.
- d) Memberdayakan usaha di bidang pasar untuk dapat lebih berbasis pada sumber daya alam dan sumber daya manusia yang produktif.
- e) Menjadikan pasar sebagai salah satu sektor unggulan dalam menciptakan lapangan kerja dan usaha baru bagi masyarakat serta memperkenalkan Banda Aceh sebagai kota pasar yang modern.

- f) Peningkatan mutu dan pelayanan bagi pengelola usaha pemberdayaan pasar.

#### 4.1.3 Struktur Organisasi Pasar Kota Banda Aceh

BLUD-UPTD Pasar adalah salah satu unit organisasi yang bernaung di bawah Dinas Perindustrian, perdagangan, koperasi dan UKM kota Banda Aceh yang dibentuk berdasarkan keputusan Walikota Banda Aceh Nomor 319 Tahun 2011. BLUD-UPTD Pasar Kota Banda Aceh memiliki struktur organisasi yang mengacu pada Peraturan Walikota Banda Aceh Nomor 39 Tahun 2011. Adapun susunan organisasi UPTD Pasar Kota Banda Aceh yaitu:



Sumber: BLUD-UPTD Pasar Kota Banda Aceh Tahun 2015.

**Gambar: 4.1**

**Struktur Organisasi UPTD Pasar Kota Banda Aceh**

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dijelaskan bahwa, dalam menjalankan organisasi BLUD-UPTD pasar terdiri 1 orang Kepala dan 1 orang Kasubbag. Sedangkan dalam Tata Usaha adanya beberapa orang dalam kelompok jabatan fungsional serta 1 orang sebagai pelaksana operasional. Namun demikian jumlah personil tersebut tidak semuanya berstatus pegawai negeri sipil namun juga berasal dari Non PNS.

Adapun dari hasil data profil Pasar Aceh Tahun 2017 menyatakan bahwa pasar ikan, pasar nasabe (sayur) dan pasar daging ayam yang bertempat di alamat Jl. Tgk Hasan Krung Kalee Kecamatan Kuta Alam tersebut di mana:

a. Tempat berjualan:

1. Luas tanah  $1.866 \text{ m}^2$ 
  - Pasar Ikan dengan luas bangunan  $671,07 \text{ m}^2$
  - Pasar Unggas dengan luas bangunan  $277,64 \text{ m}^2$
  - Pasar Nasabe dengan luas bangunan  $480 \text{ m}^2$

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1. Gambaran Responden

Pada bagian ini peneliti menggambarkan hasil wawancara dan dokumentasi kepada pedagang dalam melakukan transaksi penjualan di pasar Peunayong Banda Aceh, namun terlebih dahulu akan membahas mengenai gambaran karakteristik responden berdasarkan lama responden berjualan, jenis usaha, pendidikan terakhir dan usia. Pada Penelitian ini jumlah responden 15 orang, yang mencakup 15 pedagang yaitu pedagang ayam berjumlah 5

orang, pedagang sayur 5 orang dan pedagang ikan yang berjumlah 5 orang. Adapun gambaran umum responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Deskripsi Responden Berdasarkan Para Pedagang

Pasar menjadi andalan bagi pedagang dalam menjual hasil dagangannya, untuk itu tidak terlepas dari barang yang ingin diperjualbelikan kepada masyarakat, yang salah satunya yaitu menjual sayur, ikan dan daging ayam. Dalam data profil pasar daerah Tahun 2017 Provinsi Aceh menyatakan bahwa, pasar ikan dengan jumlah pedagang 237 orang, pasar unggas dengan jumlah pedagang 34 orang serta pasar Nasabe (sayuran) dengan jumlah pedagang 73 orang. Berikut ini hasil data para pedagang dalam menjual dagangannya:

**Tabel 4.1**  
**Responden Penjual Sayuran**

| <b>No.</b> | <b>Umur</b> | <b>J. Barang</b> | <b>Pendidikan</b> | <b>Lama Usaha</b> |
|------------|-------------|------------------|-------------------|-------------------|
| 1          | 72          | Sayuran          | SD                | 30 Tahun          |
| 2          | 70          | Sayuran          | SD                | 30 Tahun          |
| 3          | 65          | Sayuran          | SD                | 16 Tahun          |
| 4          | 30          | Sayuran          | SMA               | 13 Tahun          |
| 5          | 25          | Sayuran          | SMA               | 13 Tahun          |

Sumber: Hasil wawancara dengan pedagang di Pasar Peunayong Banda Aceh 2018.

**Tabel 4.2**  
**Responden Penjual Ikan**

| <b>No.</b> | <b>Umur</b> | <b>J. Barang</b> | <b>Pendidikan</b> | <b>Lama Usaha</b> |
|------------|-------------|------------------|-------------------|-------------------|
| 1          | 99          | Ikan             | SMA               | 17 Tahun          |
| 2          | 70          | Ikan             | SMA               | 17 Tahun          |
| 3          | 36          | Ikan             | SMA               | 17 Tahun          |
| 4          | 36          | Ikan             | SMA               | 17 Tahun          |
| 5          | 30          | Ikan             | SMA               | 12 Tahun          |

Sumber: Hasil wawancara dengan pedagang di Pasar Peunayong Banda Aceh 2018.

**Tabel 4.3**  
**Responden Penjual Daging Ayam**

| <b>No.</b> | <b>Umur</b> | <b>J. Barang</b> | <b>Pendidikan</b> | <b>Lama Usaha</b> |
|------------|-------------|------------------|-------------------|-------------------|
| 1          | 50          | Ayam             | SMA               | 13 Tahun          |
| 2          | 35          | Ayam             | SMA               | 13 Tahun          |
| 3          | 35          | Ayam             | S1                | 17 Tahun          |
| 4          | 31          | Ayam             | SMA               | 13 Tahun          |
| 5          | 30          | Ayam             | SMA               | 12 Tahun          |

Sumber: Hasil wawancara dengan pedagang di Pasar Peunayong Banda Aceh 2018.

Berdasarkan Tabel 4.3 disimpulkan bahwa para pedagang yang berada di pasar Peunayong tetap memiliki semangat yang tinggi dalam menjual hasil dagangannya pada usia yang semakin bertambah, salah satu tujuannya adalah untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Para pedagang di pasar tersebut menjual

beberapa macam dagangannya seperti sayuran, ikan dan daging ayam.

- 2) Distribusi Responden Pedagang Berdasarkan Lama Berjualan:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berjualan**

| <b>No.</b>    | <b>Lama Berjualan</b> | <b>Jumlah<br/>(Orang)</b> | <b>Persentase<br/>(%)</b> |
|---------------|-----------------------|---------------------------|---------------------------|
| 1             | 30 Tahun              | 2                         | 13,33                     |
| 2             | 17 Tahun              | 5                         | 33,33                     |
| 3             | 16 Tahun              | 1                         | 6,66                      |
| 4             | 13 Tahun              | 5                         | 33,33                     |
| 5             | 12 Tahun              | 2                         | 13,33                     |
| <b>Jumlah</b> |                       | <b>15</b>                 | <b>100%</b>               |

Sumber: Data primer diolah pada tanggal 23 Desember Tahun 2018.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa lama usaha seorang pedagang di pasar Peunayong Banda Aceh yaitu 30 Tahun sebanyak 2 orang atau 13,33% , lama usaha 17 Tahun 5 orang atau 33,33% dan 16 Tahun 1 orang atau 6,66%, lama usaha 13 Tahun 5 orang atau 33,33%, serta lama usaha 12 Tahun adalah 2 orang atau 13,33%.

Dengan demikian para pedagang Peunayong yang menjual dagangannya berkisaran pada lama usahanya yaitu 30 Tahun sebanyak 2 orang.

### 3) Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

**Tabel 4.5**  
**Tingkat Pendidikan**

| No.           | Tingkat Pendidikan | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|--------------------|----------------|----------------|
| 1             | SD                 | 3              | 20             |
| 2             | SMP                | -              | -              |
| 3             | SMA                | 11             | 73,33          |
| 4             | S1                 | 1              | 6,66           |
| <b>Jumlah</b> |                    | <b>15</b>      | <b>100%</b>    |

Sumber: Data primer diolah pada tanggal 23 Desember Tahun 2018.

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa para pedagang memiliki tingkat pendidikan SD sebanyak 3 orang atau 20%, selain itu tingkat SMP (-), responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA terbanyak yang berjumlah 11 orang atau 73.33%, serta S1 dengan jumlah 1 orang atau 6.66%.

### 4) Hasil wawancara para pedagang di Pasar Peunayong Banda Aceh

Adapun hasil wawancara dengan para pedagang yaitu, salah seorang pedagang ikan yang bernama Bapak AW yang menjual hasil dagangannya selama 10 tahun. Beliau mulai berdagang setelah menyelesaikan bangku SMA, yang kini berusia 36 tahun. Dari hasil dagangan tersebut beliau menghidupi kebutuhan keluarganya. Pada setiap harinya hasil dagangannya habis laku

terjual, namun tidak semua hasil dagangannya terjual seperti yang diharapkan. Oleh karena itu apabila ikan tersebut tidak laku terjual akan dijual untuk keesokan harinya dan diberi es agar dapat bertahan lama. Dalam hasil wawancara tersebut beliau memberikan paparan bahwa, *“Saya berjualan ikan ini sudah 17 tahun lamanya, kadang-kadang ikannya laku terjual, namun ada juga tidak laku. Ikan sisa tersebut saya jual lagi untuk besoknya supaya tidak rugi. Namun saya beri es dan garam agar ikannya bertahan lama, ikan yang diberi es akan bertahan 2-3 hari, tapi apabila ikannya berubah warna tetap saya jual supaya saya tidak rugi”*. Serta seorang pedagang Ikan bernama bapak AJ yang berusia 30 Tahun, beliau telah berjualan di pasar ikan kurang lebih 12 Tahun. Pada hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa, *“Ikan yang dijual terkadang laku semua, namun ada yang tidak laku terjual. Ikan tersebut saya beri es agar bertahan lama, kadang-kadang kalau ikannya tidak laku saya bawa pulang dan saya jadikan ikan asin, karena ikan asin mahal harganya”* (wawancara dengan bapak AJ pada hari Minggu tanggal 23 Desember 2018).

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa, bapak AW sendiri, beliau tetap menjual dagangannya meskipun barang dagangannya mengalami perubahan warna, dengan maksud agar dagangannya tidak rugi. Namun di sisi lain bagi bapak AJ, barang dagangannya tersebut apabila tidak laku terjual maka akan diolah untuk dijadikan sebagai ikan asin agar bisa dijual kembali.

Di sisi lain para pedagang sayur yang bernama Ibu RN yang berusia 70 tahun. Beliau mulai merintis jualannya pada tahun 1978. Ibu RN menjual berbagai macam sayuran. Dalam melakukan aktivitas jualannya tersebut, beliau memaparkan bahwa *“Saya sudah lama berjualan di sini sebelum tsunami 2004. Saya menjual berbagai macam sayuran, dari jualan ini saya mencukupi kebutuhan hidup keluarga saya, kadang-kadang dagangan saya ini laku, kadang tidak laku terjual. Tetapi apabila sayurannya tidak laku hari ini saya jual lagi untuk besoknya, kalau layu tetap saya jual lagi, kalau saya tidak jual lagi, nanti saya rugi”*.

Selain itu penulis juga melakukan wawancara dengan bapak AD yang berjualan sebagai pedagang ayam dan telah melakukan usaha jualannya selama kurang lebih 13 Tahun, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Dalam melakukan proses dagangannya, beliau menyatakan bahwa *“Saya berjualan di sini sudah 13 tahun, kalau ayamnya laku ya Alhamdulillah, kadang kalau ayamnya tidak laku kami simpan, supaya ayamnya bertahan dan saya berikan es. Ayamnya akan bertahan dalam es selama 2-3 hari. Kami hanya menerima ayam ini dari atasan sana, kalau ada ayamnya berubah warnanya sedikit ya kami jual, karena kami terima ayam dari atasan. Tetapi ayamnya di sini bagus, tidak menggunakan apa-apa”* ujarnya. (wawancara, hari Kamis tanggal 27 Desember 2018).

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat dikatakan bahwa para pedagang masih kurangnya memperdulikan barang

dagangannya sehingga mengabaikan kepentingan masyarakat sekitar. Dalam bukunya M. Ali Hasan yang menjelaskan salah satu syarat sah jual beli yaitu terhindar dari cacat seperti barang yang diperjualbelikan tidak jelas, baik jenis, kualitas dan kuantitasnya. Dalam hukum fikih jual beli, dijelaskan bahwa apabila seorang penjual menipu saudara sesama muslim yaitu dengan cara menjual barang dagangan yang di dalamnya terdapat kecacatan barang dan tidak diberitahukan kepada para pembeli maka cara jual beli yang demikian itu adalah tidak dibolehkan karena mengandung penipuan, pemalsuan dan pengkhianatan dan jual beli tersebut dikatakan sebagai jual beli *gharar* (penipuan). Salah satunya seperti yang dilakukan oleh sebagian para pedagang di pasar Peunayong yang masih menjual ayam yang berubah warna, sehingga jual beli yang demikian itu tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Di mana dari Hakim bin Hizam r.a ia berkata bahwa Rasulullah SAW bersabda:

*“Dua orang yang melakukan jual beli boleh melakukan khiyar (pilihan untuk melangsungkan atau membatalkan jual beli) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan menampakkkan dagangannya maka keduanya diberkahi dalam jual beli dan bila menyembunyikan dan berdusta maka akan dimusnahkan keberkahan jual belinya”*. (Diriwayatkan oleh Bukhari dalam kitab ke-34 kitab jual beli bab ke-19).

Di sisi lain bagi pedagang bapak BK yang berusia 50 Tahun, beliau berjualan ayam pada Tahun 2006. Dari hasil wawancara tersebut beliau menyatakan bahwa, *“dari hasil penjualan ini saya tidak menentu, namun barang dagangan saya*

*ini sering habis karena saya tidak banyak ambilnya dari atasan. Kadang-kadang kalau ayamnya tidak laku terjual saya kembalikan”.*

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa, beberapa para pedagang ayam tetap menjual hasil dagangannya meskipun barang tersebut mengalami perubahan warna, namun sebagian para pedagang ada yang memilih untuk tidak menjual dan dikembalikan kepada atasannya. Dalam menjaga kualitas barang yang diinginkan oleh masyarakat, seharusnya para pedagang lebih mengedepankan barang dagangannya untuk menjaga kepuasan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup, serta lebih memperhatikan kondisi barang yang ingin diperjualbelikan.

### 2.3). Hasil wawancara para pembeli di Pasar Peunayong Banda Aceh

Adapun dari hasil wawancara pembeli di Pasar Peunayong kepada salah seorang pembeli bernama ibu M yang berusia 56 Tahun. Beliau memberikan paparan bahwa, *“Setiap harinya saya belanja di sini, karena barang-barang di sini semuanya ada dan kebutuhan yang saya inginkan juga ada. Saya juga merasa senang berbelanja di sini, tapi ada beberapa pedagang yang kurang ramah dalam melayani pembeli. Jadi saya kadang-kadang kurang puas. Kadang kalau pedagangnya kurang ramah saya takut dan tidak mau belanja di tempat tersebut. Jadi saya beralih untuk mencari pedagang lain”* (wawancara, hari Kamis tanggal 29 Desember 2018 Jam 10.00).

Namun di sisi lain bagi para pembeli lainnya yaitu ibu Y yang berusia 42 Tahun. Pada setiap paginya beliau berbelanja di pasar tersebut, baginya pasar Peunayong adalah pasar yang menjual berbagai macam kesegaran barang, seperti sayuran, ikan dan lainnya. Namun tidak semua barang tersebut segar seperti yang diharapkan. Berdasarkan hasil wawancara tersebut ibu IS menyatakan bahwa *“Saya suka berbelanja di pasar ini karena banyak pilihan. Tapi ada juga pada saat saya membeli ikan, namun ikannya sebagian ada yang tidak bagus dan ada yang bagus, karena saya liat sampai di rumah ikannya kurang, kadang-kadang ikan yang saya dapat ada yang dicampur. Ikan di pasar ini banyak pilihannya, tapi terlalu mahal juga, kadang ekonomi keuangan saya tidak cukup. Jadi untuk kedepannya saya berharap untuk harga ikan dikurangi agar tidak terlalu memberatkan.”*

Adapun dari hasil wawancara para pembeli lainnya yaitu Ibu DW yang merupakan masyarakat dari desa lain. Beliau memberikan paparan bahwa, *“Saya suka membeli sayuran dan dagangan lainnya di pasar ini. Namun apabila saya membeli sayuran ada sebagiannya para pedagang menjual sayuran yang sudah layu dan sayur tersebut dijual dengan harga yang sama. Seharusnya karena barangnya layu ya dikurangi. Tetapi ini tidak dikurangi lagi”*.

Berdasarkan dari keterangan di atas maka dapat disimpulkan bahwa praktik yang dilakukan oleh para pedagang belum sesuai dengan syariah, salah satunya terjadi

ketidaknyamanan bagi para pembeli dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidup ekonominya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pedagang tersebut tidak jujur dalam menjual barang dagangannya, di mana dapat dilihat dari hasil wawancara para pembeli diatas dan seharusnya para pedagang lebih memperhatikan tingkat barang dagangannya dan menjaga kualitas barang yang dimiliki untuk mempertahankan kepuasan konsumen.

#### **4.2.2 Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh**

Pasar tradisional Peunayong merupakan pasar yang berada di kecamatan Kuta Alam Banda Aceh yang menjadi pusat pembelanjaan bagi masyarakat sekitar dalam memenuhi kebutuhan ekonomi. Pasar ini dikelola oleh UPTD pasar di wilayah kota Banda Aceh yang diketuai oleh Bapak Marsyuddin. Dalam memenuhi kebutuhan hidup, yang paling utama adalah masyarakat sekitar sangat menikmati proses pembelanjaan yang memberikan kemudahan dan kebutuhan yang diinginkan. Mekanisme transaksi yang dijalankan di pasar tradisional Peunayong yaitu menggunakan transaksi tawar menawar antara para pembeli dan para pedagang dengan kerelaan antar kedua belah pihak. Selain itu, dalam berbelanja para pembeli dapat secara langsung melihat dan menyentuh barang yang diinginkan.

Adapun bentuk transaksi dalam penjualan bagi para pedagang dan pembeli adalah menggunakan secara *cash* (tunai).

Sehingga transaksi yang dijalankan dapat memberikan kemudahan antara keduanya.

#### **4.2.3 Analisis penerapan etika bisnis Islam di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh**

Dalam dunia pasar selalu adanya aktivitas perdagangan yang harus diperhatikan, yaitu tentang etika dalam berdagang khususnya bagaimana dalam perdagangan Islam. Pemahaman para pedagang mengenai kejujuran dalam menjalankan usahanya harus diterapkan, karena kejujuran merupakan kunci utama. Namun pada kenyataannya masih adanya para pedagang yang hanya sekedar mencari keuntungan saja dan tidak memperhatikan bagaimana etika dalam berdagang.

Pasar Peunayong merupakan pasar tradisional yang menjual berbagai macam kebutuhan bagi masyarakat. Selain sebagai tempat untuk mendapatkan barang yang diinginkan, juga pasar tersebut menjadi andalan bagi masyarakat dalam berbelanja. Praktik etika bisnis yang dijalankan dalam transaksi jual beli belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat. Seperti yang dirasakan oleh para pembeli, sebagian di antaranya masih menemukan barang yang tidak sesuai dengan keinginan mereka yang salah satunya adalah hasil dari wawancara para pedagang yang menemukan ikan yang kurang bagus dicampur dengan ikan yang bagus. Selain itu kurangnya keramahan dalam melayani konsumen sehingga menjadi salah satu faktor para pedagang yang menjadi sorotan masyarakat. Pertimbangan lainnya adalah masih tingginya harga barang yang

menjadi kekhawatiran masyarakat sekitar, dikarenakan ekonomi masyarakat yang terkadang tidak stabil. Oleh karena itu dalam melakukan transaksi penjualan, Islam mengharuskan berbuat adil untuk memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam Al-Quran surah Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ۭ لَا تَعْدِلُوا ۖ اَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*

Berdasarkan dari ayat di atas menjelaskan bahwa dalam melakukan aktivitas dunia perdagangan maupun bisnis, kita sebagai manusia dianjurkan untuk selalu berlaku jujur dalam menjalankan kegiatan serta menjauhi segala penyimpangan-penyimpangan yang terjadi. Apabila seorang pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, maka seseorang tersebut menempatkan dirinya dalam

melakukan praktik kejujuran dan berpegang teguh yang sesuai dengan etika Islam.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di pasar tradisonal Peunayong Banda Aceh, dimana penulis menganalisis bagaimana penerapan etika para pedagang dalam melakukan transaksi jual beli yang ditinjau dari prinsip etika bisnis Islam yaitu:

#### 1. Prinsip Kesatuan (*Tauhid*)

Kesatuan sebagaimana dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik dan sosial. Selain itu prinsip tauhid juga dapat diartikan sebagai manusia yang benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak-Nya. Adapun prinsip tauhid yang ditunjukkan dari hasil wawancara kepada pedagang ikan bapak RD yaitu:

*“Saya selalu mengutamakan niat ibadah dalam melakukan suatu usaha yang saya jalankan. Karena usaha berdagang ini untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga saya dan niatnya karna Allah dan supaya dalam menjalankan usaha tentunya untuk memperoleh keberkahan”*

Para pedagang lebih mementingkan aturan-aturan Al-Quran dan tidak akan menunda atau melalaikan tugasnya kepada Allah, karena apabila pedagang yang mentaati aturan yang sesuai dengan bisnis Islam maka dalam melakukan aktivitasnya akan memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Maka dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa para pedagang sebagiannya telah menjalankan prinsip Kesatuan (Tauhid).

Sedangkan menurut bapak BK, beliau mengatakan bahwa *“Kalau sudah waktunya azan saya tinggalkan dagangan ini. Tetapi kadang-kadang kalau ada para pembeli yang mau membeli barang dagangan saya, saya layanin pembeli dulu. Apabila selesai semua baru saya salat”*.

Adapun dari keterangan di atas maka dapat dikatakan bahwa, dalam setiap kegiatan yang dilakukan harus dengan niat karena Allah, agar rezeki yang diperoleh setiap manusia mendapatkan suatu keberkahan. Namun ketika waktu datangnya salat, masih banyaknya para pedagang yang lalai dan melanjutkan transaksi dagangannya, sebaiknya para pedagang untuk dapat meninggalkan aktivitas jual beli yang dilakukan dan melaksanakan ibadah dengan tepat waktu. Dalam Al-Quran surat Al-Jumu'ah ayat 10 menyatakan bahwa:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ  
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:

*“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebarlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”*

Allah SWT memuji terhadap hambanya yang menggabungkan antara mencari rezeki dengan jual beli dan ibadah. Dalam hal ini jual beli tidak melalaikan seseorang dalam beribadah kepada Allah. Sifat-sifat kaum muslimin adalah mereka yang dalam melakukan penjualan dan pembelian tetap mengutamakan ibadah misalnya meninggalkan segala bentuk aktivitas dan menjalankan ibadah kepada Allah. Perdagangan yang dilakukan dengan cara jual beli atau yang lainnya berupa pekerjaan yang dihalalkan dan sesuatu yang dicari oleh syara', karena dapat mendatangkan manfaat yang besar bagi manusia dan masyarakat. Sebagaimana Hadis yang berbunyi:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّنَ، وَالصَّدِيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ

Artinya:

*“Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya (di surga) akan bersama dengan para Nabi, orang-orang yang jujur dan para syuhada. (HR. Turmudzi dengan status hasan sahih).*

Maksud dari hadist di atas menyatakan bahwa para pedagang yang menjual dan membeli dengan cara yang jujur dan benar maka akan bersama dengan mereka pada hari kiamat. Sesuai dengan Hadis Rasulullah SAW menjelaskan bahwa *“jual beli yang baik dan pekerjaan seseorang dengan tangannya sendiri”* (HR. Ahmad dan Thabrani). Selain itu Nabi SAW bersabda:

لَعَنَ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا، بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا، مُحِطَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا (مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ)

Artinya:

*“Penjual dan pembeli (mempunyai hak) khiyar selama mereka belumpisah. Kemudian jika mereka benar dan jujur maka mereka diberkati dalam jual belinya.*

Oleh sebab itu jual beli yang dilakukan dengan kejujuran dan kebaikan adalah pekerjaan yang paling utama. Sedangkan jual beli yang dilakukan dengan kebohongan, pengkhianatan, pemalsuan dan tipu daya adalah pekerjaan yang paling buruk yang di mana Rasuullah SAW bersabda *“Sesungguhnya para pedagang akan dibangkitkan dari kubur dalam keadaan durhaka, kecuali orang yang bertakwa kepada Allah, berbuat baik dan jujur.”* (HR. Turmudzi dengan status hadis hasan).

## 2. Prinsip Keseimbangan

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam melakukan aktivitas bisnis serta melarang kecurangan atau berbuat zalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan, sehingga apabila seseorang berbuat adil dalam bisnis dagangannya maka akan memperoleh kesejahteraan dalam hidupnya dan kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun

dalam kehidupannya. Prinsip perilaku adil sangat menentukan perilaku seseorang, di mana salah seorang pedagang yang bernama ibu EK yang berusia 35 Tahun, beliau memaparkan bahwa “*Saya akan memberitahukan kepada pembeli tentang dagangan saya yang kurang bagus, misalnya ada sayuran yang sudah layu atau bawang yang kurang bagus. Tujuan saya agar pembelinya percaya dengan saya dan bisa menjadi langganan di tempat saya*”.

Dalam keseimbangan perlu adanya adil dalam melakukan aktivitas, tetapi celaknya bagi mereka yang berbuat kecurangan yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain menerima untuk dipenuhi, namun apabila menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Oleh karena itu para pedagang agar melakukan proses dagangannya untuk dapat menakar dan menimbang dengan benar, sebagaimana Allah SWT berfirman:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ

جامعة الرانيري

AR - RANIRY



وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya:

“*Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya*”.

Dari Kandungan ayat diatas dapat di pahami bahwa, dalam setiap usaha yang kita lakukan untuk dapat menyempurnakanlah setiap takaran dalam aktivitas perdagangan, dengan tujuan agar dapat terpenuhinya setiap hak atau milik seorang pembeli. Maka dengan demikian menurut peneliti perilaku para pedagang sudah sesuai dengan keseimbangan, namun ada beberapa diantaranya para pedagang yang tidak menjalankan prinsip keseimbangan.

### 3. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, namun kebebasan tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan tersebut tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang dalam bekerja. Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri dikarenakan kebebasan tersebut sudah ada sejak manusia itu dilahirkan. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada Ibu AT pedagang sayur yang berumur 30 Tahun, beliau menyatakan bahwa *“Saya juga memberi kebebasan kepada para pembeli dalam menawar harga, namun tetap wajar dengan harganya, kalau terlalu murahkan kan saya rugi juga, yang penting pembeli saya nyaman belanja di tempat saya. Intinya pembeli dan saya sama-sama setuju dengan harga tersebut”*.

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat diketahui bahwa, penerapan etika Islam yang dilihat dari prinsip kehendak bebas telah diterapkan dengan baik di Pasar Peunayong Banda Aceh. Dalam hal ini terlihat jelas bahwa para pedagang tetap memberikan kebebasan dalam proses penawaran namun tidak

merugikan sebelah pihak, dalam artian harga yang ditawarkan dalam batasan tertentu dan keduanya sama-sama rela. Selain itu menurut etika bisnis Islam, setiap para pelaku bisnis dalam berdagang hendaknya tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT.

#### 4. Prinsip Tanggung Jawab

Islam menekankan konsep tanggung jawab dalam kehidupan manusia untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawabkan atas tindakannya. Menurut Islam, segala aktivitas yang dilakukan hendaklah dengan rasa penuh tanggung jawab. Selain itu tanggung jawab dalam dunia bisnis sangat dibutuhkan dan ditampilkan secara transparan, keterbukaan dan kejujuran dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berjalan dengan baik. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak RD beliau menyatakan bahwa *“Saya memang menyediakan ikan segar, namun kalau sudah beberapa hari tidak laku saya tetap menjualnya. Ikannya saya beri es dan garam supaya bisa bertahan 2-3 hari. Tetapi ikannya ada sedikit berubah tidak terlalu segar lagi. Jadi kalau dalam tanggung jawab tergantung kondisi ikannya, kalau bisa masih dijual kenapa tidak”*.

Adapun data yang peneliti dapatkan bahwa sebagian para pedagang tetap menjual ikan yang kurang bagus dan memilih untuk

tetap menjual barang tersebut, jadi para pedagang masih kurangnya tanggung jawab dalam melakukan penjualannya. Tanggung jawab yang dimiliki para pedagang belum sepenuhnya diterapkan, sehingga munculnya kesempatan bagi para pedagang dalam melakukan kecurangan. Namun di sisi lain apabila hasil dagangannya tidak laku terjual, para pedagang mengolah kembali ikan tersebut untuk dijadikan dalam bentuk lain, salah satunya seperti dijadikan sebagai ikan asin agar lebih bermanfaat.

Berbagai kecurangan terjadi di dalam pasar, yang salah satunya adalah faktor yang memotivasi para pedagang dalam memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan cenderung mengabaikan kepuasan masyarakat. Tanggung jawab dalam artian bisnis yang dilakukan harus ditampilkan secara keterbukaan, jujur dan tidak adanya penipuan dalam segala kegiatan yang dilakukan. Sehingga setiap pedagang harus bertanggung jawab dalam menyediakan barang dalam memenuhi kebutuhan masyarakat lainnya. Tanggung jawab harus dimiliki oleh para pedagang dalam menjalankan bisnis, karena tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Menurut Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya.

##### 5. Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

Konteks bisnis kebenaran dimaksudkan yaitu sebagai niat dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses

mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya untuk menetapkan keuntungan. Prinsip ini juga mengajarkan seseorang dalam menjalankan aktivitas dagangannya untuk dapat memberikan manfaat kepada orang lain yang salah satunya dengan memiliki prinsip kejujuran, kebajikan yang dilakukan dengan kemurahan hati kepada orang lain, jujur dalam berdagang, tidak berbuat kecurangan dan memberikan tenggang waktu kepada pembeli. Adapun hasil wawancara yang peneliti dapatkan yaitu *“Bagi saya sendiri kejujuran itu penting dalam berdagang, saya akan memberi tahu kepada pembeli kalau sayur saya sudah 2 hari. Kadang juga saya kasih lebih untuk pembeli langganan saya. Tapi ada juga saya tidak menerapkan, misalnya saya ambil sayuran sama orang lain kan modal saya disitu. Jadi kalau keadaan sayurnya sudah lebih beberapa hari ya tergantung pembelinya beli, tapi harganya tetap sama. Karna modal saya kan disitu. Kalau saya terapkan kejujuran ini kan nanti bagaimana dengan dagangan saya”*.

Dari hasil wawancara di atas dapat penulis simpulkan bahwa, penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pedagang belum sepenuhnya menjalankan prinsip etika yang sesuai dengan bisnis Islam. Selain itu kurangnya keramahan para pedagang yang membuat pembeli menjadi tidak nyaman. Jika ditinjau dari ke lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan serta kebebasan sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Namun dapat dilihat

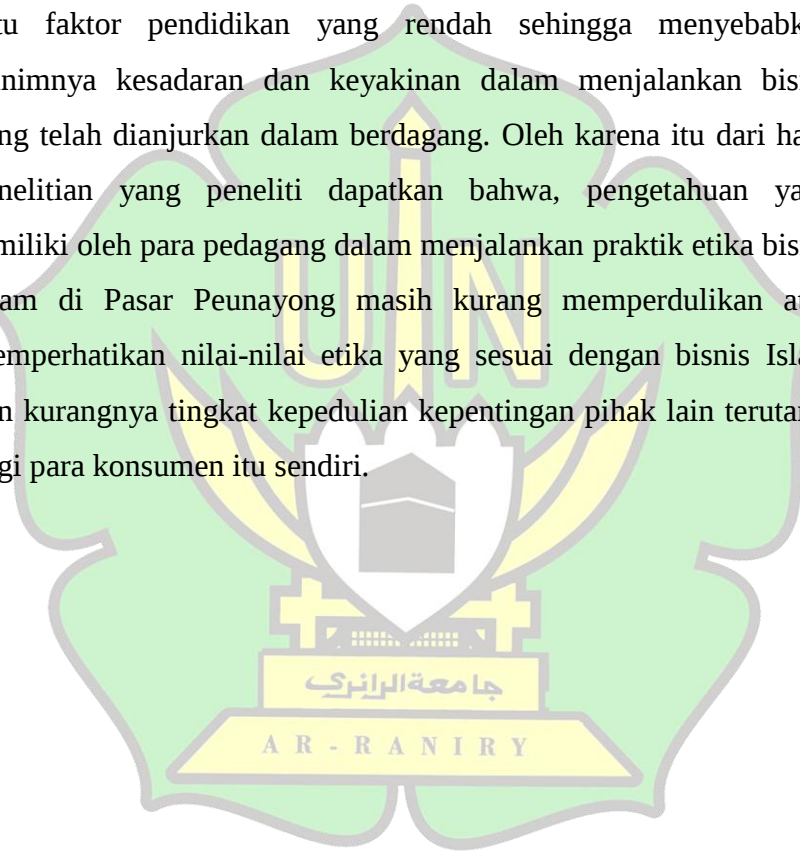
dari prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran belum sepenuhnya dijalankan oleh para pedagang dan lebih mementingkan keuntungan semata. Sedangkan dalam Islam kejujuran yang paling utama diterapkan dalam aktivitas bisnis yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan agama Islam.

#### **4.2.4 Pengetahuan Praktik Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh**

Suatu bisnis diciptakan untuk menghasilkan barang dan jasa, sehingga dalam mencapai kemakmuran manusia perlu adanya suatu usaha dan tenaga dalam memenuhi kebutuhan hidup, dengan kata lain pengaruh perkembangan masyarakat ditentukan oleh pengetahuan yang dimiliki dalam menentukan baik, buruk benar dan salah dalam berbisnis. Pengetahuan memberikan pengaruh penting dalam melakukan aktivitas bisnis perdagangan dengan tujuan agar kegiatan bisnis dapat memperoleh keuntungan yang ingin dicapai, yang sesuai dengan bisnis Islam.

Dalam memberikan kepuasan bagi konsumen, para pedagang di Pasar Peunayong melakukan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun dalam menjalankan kegiatan bisnis, para pedagang mengetahui bagaimana bisnis yang sesuai dengan Islam tetapi sebagian para pedagang ada yang menjalankan praktik etika bisnis dan ada yang tidak. Pemahaman etika bisnis Islam yang dimiliki oleh para pedagang belum sepenuhnya diterapkan, sehingga masih banyaknya celah bagi para pedagang dalam melakukan kecurangan untuk

memperoleh keuntungan yang diinginkan. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan bahwa para pedagang tetap memperjual belikan dagangannya meskipun dalam kondisi barang yang kurang baik dan mengabaikan pentingnya nilai-nilai Islam. Kurangnya tingkat pengetahuan bagi para pedagang yang disebabkan salah satu faktor pendidikan yang rendah sehingga menyebabkan minimnya kesadaran dan keyakinan dalam menjalankan bisnis yang telah dianjurkan dalam berdagang. Oleh karena itu dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan bahwa, pengetahuan yang dimiliki oleh para pedagang dalam menjalankan praktik etika bisnis Islam di Pasar Peunayong masih kurang memperdulikan atau memperhatikan nilai-nilai etika yang sesuai dengan bisnis Islam dan kurangnya tingkat kepedulian kepentingan pihak lain terutama bagi para konsumen itu sendiri.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

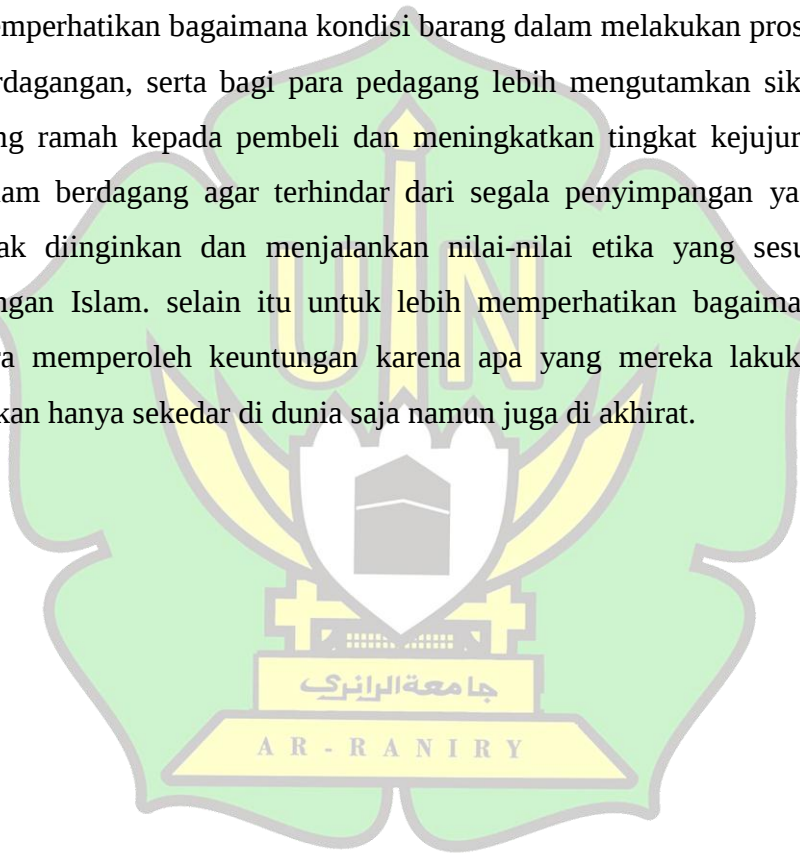
#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai perilaku pedagang di pasar tradisional Peunayong adalah sebagai berikut:

1. Etika bisnis Islam adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Quran dan Hadis.
2. Berdasarkan hasil penelitian di pasar tradisional Peunayong yang diperoleh, di mana para pedagang belum sepenuhnya menjalankan prinsip etika yang sesuai dengan bisnis Islam. Selain itu kurangnya keramahan bagi para pembeli sehingga kenyamanan yang dirasakan menjadi berkurang dalam membeli suatu barang. Hal ini terlihat dari jawaban para pembeli yang kurang puas terhadap pelayanannya. Di sisi lain hanya beberapa prinsip etika bisnis Islam yang dijalankan yang sesuai dengan ajaran agama Islam, seperti mereka yang lebih mengutamakan niat ibadah kepada Allah dan jujur dalam menawarkan barang yang di perdagangan.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan, dengan tujuan untuk memberikan masukan atau manfaat kepada pihak lain. Salah satunya untuk lebih menjalankan etika bisnis Islam khususnya bagi para pedagang di pasar tradisional Peunyang, untuk dapat memperhatikan bagaimana kondisi barang dalam melakukan proses perdagangan, serta bagi para pedagang lebih mengutamakan sikap yang ramah kepada pembeli dan meningkatkan tingkat kejujuran dalam berdagang agar terhindar dari segala penyimpangan yang tidak diinginkan dan menjalankan nilai-nilai etika yang sesuai dengan Islam. selain itu untuk lebih memperhatikan bagaimana cara memperoleh keuntungan karena apa yang mereka lakukan bukan hanya sekedar di dunia saja namun juga di akhirat.



## DAFTAR PUSTAKA

Alquran dan Terjemahannya.

Abdul Azis. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.

Abdul Rahman Ghazali. (2012). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Preamada Media Group.

Agus Arijanto. (2011). *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Arifin Johan. (2009). *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press.

Arif Yusuf Hamali dan Eka Sari Budihastuti. (2017). *Pemahaman Kewirausahaan* Depok: Kencana.

Asyraf Muhammad Dawwah. (2008). *Meneladani Keuntungan Bisnis Rasulullah*. Semarang: Pustaka Nuun.

Al-Mushlil Abdullah dan Shalah ash-Shawi. (2004). *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Darul Haq: Jakarta.

Burhan Bungi. (2001). *Metodelogi Penelitian Sosial: Format Kualitatif dan Kuantitatif* Surabaya : Airlangga Universitas Press.

Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.

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

Budi Untung. (2012). *Hukum dan Etika Bisnis*. Yogyakarta: Penerbitan Andi Yogyakarta.

- Eis Al Masito. (2013). *Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional*. UIN Kalijaga. Vol. X. No.2.
- Eko Suprayitno. (2008). *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Faisal Badroen, dkk. (2015). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Gemala Dewi. (2005). *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Hendi Suhendi. (2008). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Haris Herdiansyah. (2013). *Wawancara, Observasi dan Focus Group: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Hafiz Juliansyah. (2011). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*.
- Hamidi. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Ika Yunia Fauzia. (2017). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama.
- Irham Fahmi. (2014). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Ismail Nawawi. (2013). *Isu-isu Ekonomi Islam*. Jakarta: CV. Dwiputra Pustaka Jaya.
- Johan Arifin. (2009). *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press.
- M. Ali Hasan. (2004). *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammmad Djakfar. (2008). *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Muhammad Nafik. (2010). *Bursa Efek dan Investasi Syariah*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Muhammad Amin Suma. (2008). *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Publishing.
- Malahayati. (2010). *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*. Yogyakarta: Jogy Great Publisher.
- Mardani. (2014). *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Mustaq Ahmad. (2003). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Al-kautsar.
- Nana Sudjana. (2005). *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung: Sinar Baru Algensido.
- Panji Anoraga. (2011). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). (2015). *Ekonomi Islam*. Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada.
- Rachmat Syafei. (2004). *Penimbunan dan Monopoli Dagang Dalam Kajian Fiqih Islam*. Jakarta: Depertemen Agama-Mimbar Hukum.
- Rodliyah Khuza'i. (2005). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Vol. XXI, No. 1.
- Santoso Singgih dan Tjiptono Fandy. (2002). *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta Elex Media Komputindo.

- Sugiono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Siti Mujiatun. (2014). *Jual Beli Dalam Perspektif Islam: Salam dan Istisna'*, 2013. Vol. 13, No. 2.
- Siswadi. (2013). *Jual beli Dalam Perspektif Islam*. Vol. III, No. 2.
- Syeh Abdurrahman as-Sa'di, Syekh Abdul Aziz bin Baaz, Syekh Shalih al-utsaimin, Syekh Salih al-Fauzan. (2008). *Fiqh Jual Beli: Panduan Praktis Bisnis Syariah*. Jakarta: Senayan Publishing.
- Veithzal Rivai, dkk. (2012). *Islamic Business an Economic Ethnics*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Warjo. (2013). *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Vol. 1, No. 2.



**DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN**

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM**  
**TRANSAKSI JUAL BELI PADA PEDAGANG DI**  
**PASAR TRADISIONAL PEUNAYONG BANDA ACEH**

**A. Daftar pertanyaan untuk pedagang di Pasar Peunayong Banda Aceh**

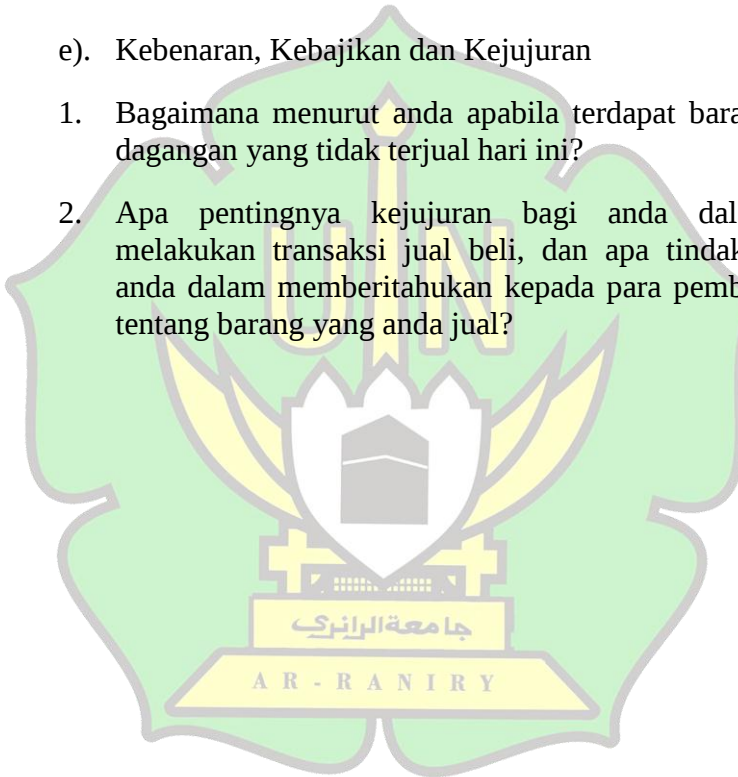
- Nama
  - Umur
  - Alamat
  - Pendidikan Terakhir
- a). Kesatuan (*Tauhid/Unity*)
1. Apakah pada saat berkumandang azan, anda meninggalkan dagangan anda atau anda melanjutkan kegiatan tersebut?
  2. Bagaimana sikap anda apabila datangnya waktu shalat namun para pembeli terus berdatangan, apa tindakan anda ?
- b). Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)
1. Apakah anda memperhatikan kualitas barang dagangan anda?
  2. Bagaimana tanggapan anda jika ada pembeli mengaku tidak puas terhadap kuantitas barang dagangan anda?
  3. Bagaimana keseimbangan harga pasar terhadap harga jual barang dagangan anda?
- c). Kehendak bebas (*Free Will*)
1. Bagaimana cara anda dalam melayani para pembeli pada saat proses perdagangan?
  2. Apakah anda memberi kebebasan terhadap pembeli untuk harga yang akan ditawarkan?

d). Tanggung Jawab

1. Apakah anda menjual barang yang masih layak untuk di jual belikan?
2. Bagaimana pendapat anda terhadap kualitas barang dagangan anda? Dan apa yang anda lakukan ketika barang dagangan anda dalam kondisi yang kurang baik?

e). Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

1. Bagaimana menurut anda apabila terdapat barang dagangan yang tidak terjual hari ini?
2. Apa pentingnya kejujuran bagi anda dalam melakukan transaksi jual beli, dan apa tindakan anda dalam memberitahukan kepada para pembeli tentang barang yang anda jual?



## FOTO PENELITIAN

### DI PASAR TRADISIONAL PEUNAYONG BANDA ACEH 2018

1. Berikut ini beberapa foto penelitian di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh.

#### A. PASAR IKAN



Sumber: Wawancara dengan pedagang ikan di Pasar Peunayong Banda Aceh 2018.

AR - RANIRY





Sumber: Wawancara dengan pedagang ikan di Pasar Peunayong Banda Aceh 2018.



## B. PASAR AYAM



Sumber: Wawancara dengan pedagang ayam di Pasar Peunayong Banda Aceh 2018.



Sumber: Wawancara dengan Pedagang ayam di Pasar Peunayong Banda Aceh 2018.

### C. PASAR SAYUR (NASABE)



Sumber: Wawancara dengan pedagang sayur di Pasar Peunayong Banda Aceh 2018.



**PEMERINTAH KOTA BANDA ACEH**  
**DINAS KOPERASI, UKM DAN PERDAGANGAN**  
**UNIT PELAKSANA TEKNIS DINAS (UPTD) PASAR**  
Jalan Kartini No. 58 Lantai III Peunayong Teip (0651) 31725  
**BANDA ACEH**

Banda Aceh, 03 Januari 2019

Nomor : 420/002/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Islam  
Di,-

Tempat

- Sehubungan dengan Surat Nomor : 4605/Un.08/FEBI/TL.00/12/2018, tanggal 31 Desember 2018. Perihal Permohonan Kesiediaan Memberi Data dan Wawancara, kepada:  
Nama : MUTHMAINNAH  
NIM : 160602255  
Prodi : Ekonomi Syariah  
Semester : V (Lima) T.A. 2018 / 2019
- Berdasarkan hal tersebut diatas, Kepala BLUD-UPTD Pasar Banda Aceh, memberikan izin kepada bersangkutan untuk melakukan penelitian dan wawancara untuk proposal skripsi dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh".
- Demikian disampaikan, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

A R - R A N I R Y

KEPALA BLUD UPTD PASAR  
BANDA ACEH



Tembusan:

- Arsip.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Muthmainnah  
Tempat/tgl. Lahir : Panga/28 February 1995  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pekerjaan/NIM : Mahasiswi/160602255  
Agama : Islam  
Kebangsaan : Indonesia  
Status : Belum Kawin  
Alamat : Rukoh, Darussalam, Banda Aceh.

### Riwayat Pendidikan

SDN 1 Cot Kuta : Tamatan Tahun 2017  
SMP N 5 Blang Sapek : Tamatan Tahun 2010  
SMA N 1 Seunagan : Tamatan Tahun 2013

### Data Orang Tua

Nama Ayah : Iskandar Usman  
Nama Ibu : Siti Hawa  
Pekerjaan Ayah : Petani  
Pekerjaan Ibu : IRT  
Alamat Orang Tua : Jln. Tengku Putik, Desa Cot Kuta, Kec.  
Suka Makmue, Kab. Nagan Raya.

Banda Aceh, 17 January 2019

Muthmainnah