

**ETIKA PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR
PEUNAYONG KOTA BANDA ACEH
(Studi Analisis Terhadap Penerapan Syariat Islam)**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

FADLIA

NIM. 140301051

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Filsafat
Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam



**FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM BANDA ACEH
2018 M/1439 H**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadlia
NIM : 140301051
Jurusan : Aqidah & Filsafat Islam
Fakultas : Ushuluddin dan Filsafat

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul “Etika Pedagang Kaki Lima di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh (Studi Analisis Terhadap Penerapan Syariat Islam)”. Adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali bagian-bagian dirujuk sumbernya.

Banda Aceh, 10 Juli 2018

Yang menyatakan,



Fadlia
Fadlia
NIM. 140301051

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Filsafat
UTN Ar-Raniry Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Dalam Ilmu Ushuluddin dan Filsafat
Prodi Aqidah & Filsafat Islam

Diajukan Oleh:

FADLIA

NIM. 140301051

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Filsafat
Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam

Disetujui Oleh:

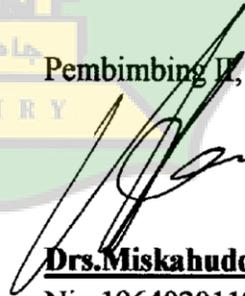
Pembimbing I,



Dr. Ernita Dewi, S.Ag., M.Hum

Nip.197307232000032002

Pembimbing II,



Drs. Miskahuddin, M.Si

Nip.196402011994021001

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Tim Penguji Munaqasyah Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar- Raniry dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima sebagai Salah Satu Beban Studi Program Strata Satu dalam Ilmu Ushuluddin dan Filsafat

Aqidah & Filsafat Islam

Pada hari / Tanggal : Rabu, 10 Juli 2018 M
26 Zulkaidah 1439 H

Di Darussalam- Banda Aceh
Panitia Ujian Munaqasyah

Ketua,

Dr. Ernita Dewi, S.Ag., M.Hum
NIP.197307232000032002

Sekretaris,

Drs. Miskahuddin, M.Si
NIP.196402011994021001

Anggota I,

Suarni, S.Ag., M.Ag
NIP.197303232007012020

Anggota II

Dr. Syarifuddin, S.Ag., M.Hum
NIP.197212232007101001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Fakultas Ushuluddin dan Filsafat
UIN Ar- Raniry Darussalam Banda Aceh



Drs. Fuadi, M.Hum

NIP.196502041995031092

ETIKA PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR PEUNAYONG KOTA BANDA ACEH (Studi Analisis Terhadap Penerapan Syariat Islam)

Nama : Fadlia
NIM : 140301051
Jurusan : Aqidah & Filsafat Islam (AFI)
Pembimbing I : Dr. Ernita Dewi, S,Ag., M,Hum
Pembimbing II : Drs.Miskahuddin, M,Si

ABSTRAK

Penerapan Syariat Islam di Aceh memiliki perjalanan sejarah yang panjang, sehingga mendapatkan kebebasan otonomi khusus untuk mengatur seluruh aspek dalam kehidupan bermasyarakat di Aceh yang tidak bertentangan dengan konstitusi di Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Salah satu yang menjadi perhatian peneliti terkait penerapan Syariat Islam di Aceh adalah terkait tentang penerapan etika bisnis bagi pedagang kaki lima di pasar Peunayong Kota Banda Aceh sebagai salah satu indikator terhadap keberhasilan penerapan Syariat Islam di Aceh. Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah tentang bagaimana etika bisnis Islam bagi pedagang kaki lima di pasar peunayong dan apakah etika bisnis yang diterapkan dalam pasar peunayong telah sesuai dengan pelaksanaan Syariat Islam. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana etika bisnis Islam bagi pedagang kaki lima di pasar peunayong dan juga untuk mengetahui apakah penerapan etika bisnis di pasar peunayong telah sesuai dengan Syariat Islam di Aceh. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) sampel dalam penelitian ini adalah para pedagang kaki lima di pasar peunayong, pembeli dan ketua organisasi pasar di pasar peunayong Kota Banda Aceh. Untuk metode pengumpulan data peneliti melakukan dengan cara observasi langsung, wawancara dan dokumentasi. Analisis datanya bersifat analisis deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian peneliti melihat berdasarkan indikator dari etika bisnis Islam secara umum. Penerapan etika bisnis Islam di pasar peunayong bahwa hampir seluruh pedagang kaki lima di pasar peunayong tidak memahami tentang indikator dari etika bisnis Islam. Maka, penerapan etika

bisnis di pasar peunayong dapat dikatakan belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang kaki lima di pasar peunayong, prinsip-prinsip tersebut ialah mengenai prinsip-prinsip agama, keadilan, kehendak bebas dan prinsip kebenaran. Pedagang kaki lima di pasar peunayong seharusnya harus mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah untuk meningkatkan pemahaman terhadap indikator dari etika bisnis Islam, hal tersebut bisa dilakukan melalui sosialisasi dan pembinaan bagi para pedagang di pasar peunayong melalui Dinas Pasar Kota Banda Aceh.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Alhamdulillah rabbi' alamin. Puji syukur kehadiran Allah Swt. yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Etika Pedagang Kaki Lima di Pasar Peunayong (Studi Analisis Terhadap Penerapan Syariat Islam)** yang merupakan salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar sarjana. Shalawat beriring salam untuk Rasul-Nya Muhammad Saw. yang diutus ke dunia untuk menjadi tauladan dan membawa suatu perubahan, seorang revolusioner yang bertitel "*Agen of change*". Semoga keberkahan selalu bersama beliau.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu untuk penulisan skripsi ini. Teristimewa kepada ibunda Yusnaini dan ayahanda (Alm) M. Jalil Sabil tercinta dengan do'a, dorongan, semangat dan pengorbanan yang telah memberikan semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.

Begitu juga kepada Ibu Dr. Ernita Dewi, S, Ag., M. Hum selaku pembimbing pertama sekaligus Penasehat Akademik penulis dan terima kasih juga tidak lupa penulis sampaikan kepada Bapak Drs. Miskahuddin, M. Si selaku pembimbing kedua yang telah membimbing dengan baik dalam penyelesaian penulisan skripsi.

Kemudian kepada Bapak ketua Prodi Ilmu Aqidah Filsafat beserta staff dan jajarannya yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu di dalam skripsi ini yang secara langsung atau tidak langsung telah membantu proses pelaksanaan skripsi ini.

Selanjutnya penulis mengucapkan ribuan terimakasih kepada Bapak Drs. Fuadi, M, Hum selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-raniry beserta jajarannya yang selama ini telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

Kepada sahabat-sahabat seperjuangan Safrijal, Junaidi, Nailul Muradi, Radha, Syarifah Khairiah, Raudhatul Husna Rini Marlina dan teman-teman lain yang juga tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selama ini telah berkontribusi dalam memberikan motivasi dan membantu penulis pada saat penelitian.

Penulis juga menyadari bahwa karya tulis ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk penyempurnaan karya tulis ini. Harapan penulis, karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pengembangan kearah yang lebih baik. *Amin ya Rabbal'alam.*

Banda Aceh, 2 Juli 2018
Penulis,

Fadlia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBARAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Penjelasan Istilah	9
E. Kajian Pustaka	10
F. Kerangka Teori	12
G. Metode Penelitian	14
H. Sistematika Pembahasan	18

BAB II TINJAUAN UMUM ETIKA PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

A. Etika Pedagang	20
1. Teori Etika	23
2. Pengertian Pedagang Kaki Lima	25
B. Etika Bisnis Islam	26
1. Fungsi Etika Bisnis Islam	27
2. Prinsip-Prinsip Bisnis Islam	28

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Pasar Peunayong	35
B. Stuktur dan Tata Tertib Pasar Peunayong	36
C. Sarana dan Prasarana Pasar Peunayong	37
D. Permasalahan di Pasar Peunayong	39
E. Transaksi Jual Beli di Pasar Peunayong	41

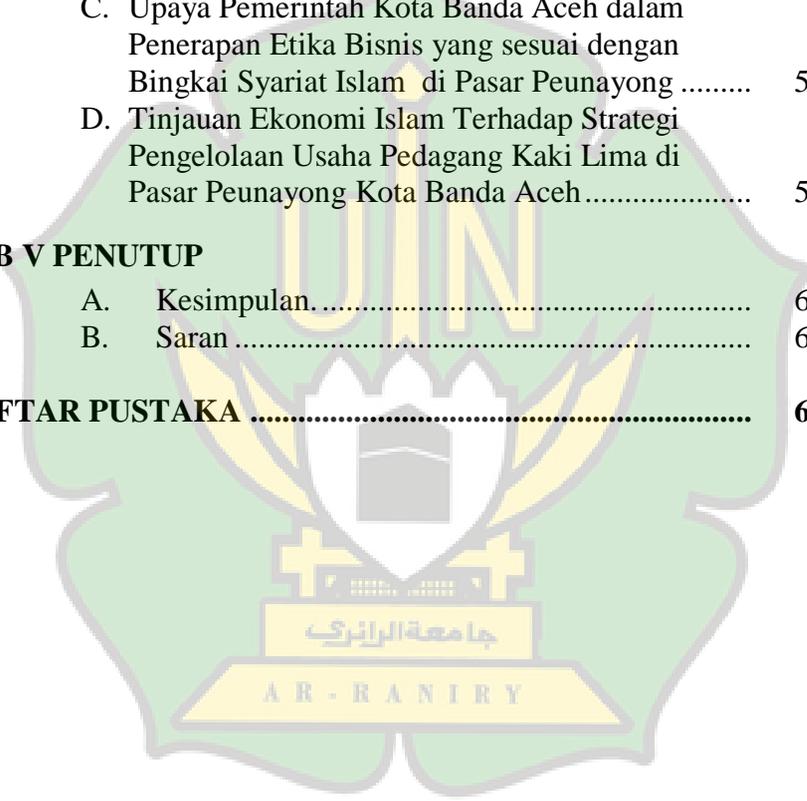
BAB IV ETIKA PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR PEUNAYONG

A. Etika Pedagang Kaki Lima di Pasar Peunayong	44
1. Etika Antara Sesama Pedagang Kaki Lima.	44
2. Etika dalam Melayani Pembeli	46
3. Etika dalam Menentukan Harga	49
B. Faktor-Faktor penghambat penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Peunayong	51
C. Upaya Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Penerapan Etika Bisnis yang sesuai dengan Bingkai Syariat Islam di Pasar Peunayong	53
D. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengelolaan Usaha Pedagang Kaki Lima di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	61
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	-----------



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aceh merupakan sebuah provinsi yang dikenal dengan sebutan seramoe Mekkah. Nafas Islam begitu menyatu dalam adat budaya orang Aceh sehingga aktifitas dan budaya kerap berazaskan pada nilai-nilai Islam. Contoh paling dekat adalah aktifitas sehari-hari masyarakat dalam melakukan interaksi sosial. Saat Syariat Islam secara kaffah dideklarasikan pada tahun 2001 di Aceh, pro dan kontra terus bermunculan sampai sekarang. Keterlibatan pemerintah dalam mengkampanyekan Syariat Islam sering dituding sebagai unsur politik semata.

Penerapan Syariat Islam di Aceh sering ditekankan harus secara kaffah. Namun untuk melihat Syariat Islam secara kaffah, ada dua pertanyaan yang harus dijawab terlebih dahulu yaitu, tentang hukum apa saja yang telah di atur dalam penerapan Syariat Islam di Aceh. Kemudian seperti apa pola penerapan Syariat Islam di Aceh sehingga menjadi dasar dalam tingkah laku masyarakat.

Kedua pertanyaan pokok tersebut dalam kehidupan masyarakat Aceh merupakan topik yang selalu menarik untuk di bahas. Apalagi bagi masyarakat Kota Banda Aceh, karena di Kota Banda Aceh pemerintah kota secara tegas mengatakan bahwa ingin menjadikan Banda Aceh sebagai kota Gemilang Dalam Bingkai Syariat Islam, sebuah kota yang menerapkan nilai-nilai Islam dalam seluruh aspek kehidupan masyarakatnya.¹

¹ <https://aceh.antaranews.com> “Banda Aceh Potret Penerapan Syariat Islam” di akses pada tanggal 16 Juli 2018.

Pola-pola terhadap penerapan Syariat Islam di Kota Banda Aceh pun sangat beragam, mulai dari pembuatan qanun, peraturan walikota bahkan hingga tata tertib di segala sektor kehidupan masyarakat telah dilakukan oleh Pemerintah kota Banda Aceh seperti penerapan konsep hisbah dalam kehidupan masyarakat Aceh. Konsep hisbah sendiri dalam Islam merupakan sebuah institusi keagamaan yang mempunyai pekerjaan yang sangat umum, yaitu melakukan '*amar ma'ruf nahi mungkar*' dalam lapangan sosial dan ekonomi. Salah satu contohnya adalah pada kegiatan jual beli di pasar tradisional.

Kegiatan jual beli merupakan salah satu tempat terjadinya interaksi sosial bagi masyarakat, kemudian juga sebagai pusat ekonomi dan tempat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari masyarakat. Maka oleh karena itu pasar menjadi salah satu objek yang tepat untuk melihat bagaimana proses penerapan Syariat Islam bagi masyarakat Aceh.

Berdasarkan pola pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Pasar Kota Banda Aceh secara garis besar dapat dinyatakan telah sesuai dengan hisbah atau pengawasan pasar dalam ketentuan Islam. Hal tersebut dapat dilihat dengan ditetapkannya peraturan yang berkaitan dengan pasar yaitu Qanun Nomor 13 Tahun 2004 tentang Pengelolaan Pasar dan Qanun Nomor 3 Tahun 2007 tentang Pengaturan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima. Pengawasan tersebut dilakukan secara rutin dan berkala.²

² Cut Misna, *Aplikasi Hisbah dalam Pengawasan Pasar di Kota Banda Aceh (Suatu Analisis Hukum)*, (Skripsi yang tidak dipublikasikan), Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2013.

Namun jika diperhatikan secara langsung di pasar peunayong Kota Banda Aceh terkait dengan penerapan Syariat Islam secara kaffah masih menyisakan banyak pertanyaan. Salah satunya adalah apakah benar penerapan Syariat Islam di Kota Banda Aceh telah berjalan dengan baik sesuai dengan Qanun-Qanun yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Banda Aceh? dan seperti apakah dampak dari penerapan Syariat Islam itu sendiri bagi masyarakat.

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat telah menimbulkan persaingan bisnis yang semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis secara umum telah berani menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Seperti contoh, masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan baik secara sengaja maupun tidak sengaja dalam penjualan dan masalah yang rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional³.

Secara umum sebuah pasar tradisional selalu ramai dikunjungi oleh masyarakat. Hal ini memungkinkan para pedagang dan pembeli menjadi cukup sibuk sehingga sering melupakan norma-norma yang berlaku dalam melakukan interaksi dan transaksi jual beli. Selain itu, pedagang kaki lima di beberapa tempat sering didapati melakukan perbuatan curang dalam meraih keuntungan seperti mengurangi timbangan, menukar barang yang

³ Observasi pasar peunayong, tanggal 02 maret 2018 di Kota Banda Aceh

telah di beli dengan barang yang kualitasnya lebih rendah pada saat pembeli lengah. Sehingga kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang kembali kepasar tradisional⁴.

Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar, mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kerugian pada suatu barang yang dijual. Kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat penting bagi pembeli dalam menentukan pilihannya, oleh karena itu informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan oleh setiap pembeli.

Kejujuran dalam memberikan informasi sangatlah diperlukan oleh pembeli. Maka kepada para pedagang sebagaimana yang telah Rasulullah Saw lakukan bahwa dalam berdagang kunci utama dalam bisnis adalah nilai kejujuran, karena apabila tidak memulai dengan nilai jujur maka sebagai seorang pembisnis Islam pengusaha tersebut telah dikatakan melakukan sebuah penyimpangan⁵.

Kondisi ini sebenarnya merupakan sebuah gejala sosial yang sudah sering terjadi di setiap pasar tradisional seiring perkembangan zaman. Akan tetapi jika dikembalikan pada kondisi masyarakat Aceh sebagai sebuah provinsi yang menerapkan Syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari, tentunya hal tersebut menjadi

⁴ <http://juliusruchies.blogspot.com> “Kecurangan-kecurangan yang di lakukan 2014/01” di akses pada tanggal 08 juli 2018.

⁵ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, (Malang : UIN Press, 2007),44.

sebuah permasalahan yang besar. Karena berbicara tentang etika pedagang kaki lima berarti sama halnya membicarakan tentang hukum-hukum Islam yang mempersoalkan tentang seperangkat nilai baik dan buruk, benar dan salah dalam sebuah praktik bisnis berdasarkan prinsip-prinsip moralitas dalam agama Islam. Kebenaran dalam etika bisnis adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsipnya baik oleh individu, masyarakat atau kelompok.⁶

Dalam hal ini etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik dan segala kebiasaan hidup yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain dari satu generasi ke generasi yang lain.⁷ Dalam makna yang lebih tegas etika merupakan studi yang lebih sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan untuk mengaplikasikannya untuk apa saja.⁸

Jika ditinjau dari perspektif Islam perdagangan atau bisnis merupakan tulang punggung perekonomian suatu negara. Selain itu aktivitas dagang dalam dunia Islam merupakan hal yang diperbolehkan terkecuali terkait hal-hal yang telah dilarang secara tegas berdasarkan ajaran Islam. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya dalil yang menjelaskan halal dan haram, boleh atau

⁶ Buchari Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1994), 19.

⁷ Agus Ariyanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 5.

⁸ Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 4-5.

tidaknya dalam sebuah perdagangan didalam al-Qur'an, salah satunya adalah QS. 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 فَانْتَهَىٰ 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, padahal Allah Swt telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”⁹

Atas dasar dalil tersebut, kaum muslimin mengetahui bahwa jual beli merupakan hal yang diharamkan oleh Allah Swt. Namun disisi lain Allah Swt mengharamkan segala bentuk transaksi di dalam perdagangan yang mengandung riba. Riba merupakan sebuah bentuk amal praktek dagang yang memuat unsur

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2007), 36.

bathil, fasad dan dhalim, yang pada akhirnya mengakibatkan penderitaan atau kerugian bagi salah satu pihak.¹⁰

Dalam hal ini, etika dan agama tampak memiliki kaitan yang erat dengan masyarakat mengenai upaya pengaturan kehidupan, perilaku masyarakat serta sistem ekonomi yang kerap disandarkan pada prinsip-prinsip Islam. Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak pernah dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan, maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita di dunia yang dibisniskan dan untuk yang diniatkan sebagai bentuk ibadah untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat.¹¹ Oleh karena itu bisnis tentu tidak boleh lepas dari etika, karena mengimplementasikan etika dalam bisnis akan mengarahkan kehidupan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dalam memperoleh keuntungan materil dan kebahagiaan akhirat dengan memperoleh ridha Allah Swt.¹²

¹⁰ Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran tentang Etika da Bisnis* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), 141.

¹¹ Abdul Azis, *Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 97.

¹² Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, (Malang: Uin Malang Press, 2007), 16.

Maka berpijak pada persoalan tersebut peneliti tertarik untuk melihat lebih dekat mengenai bagaimana “Etika Pedagang Kaki Lima Di Pasar Peunayong melalui Studi Analisis Terhadap Penerapan Syariat Islam Di Kota Banda Aceh”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, untuk melihat bagaimana Etika pedagang kaki lima di pasar peunayong di Kota Banda Aceh, dan untuk memudahkan dan memfokuskan kajian dalam penulisan skripsi ini, penulis mengajukan beberapa pertanyaan sebagai kerangka penulisan yang mencakup:

1. Bagaimanakah etika bisnis yang di jalankan oleh pedagang kaki lima di pasar Peunayong?
2. Apakah etika bisnis yang diterapkan oleh pedagang kaki lima di pasar peunayong sudah sesuai syariat Islam?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dalam penelitian ini ialah mengupas dan mengetahui serta memahami bagaimana konsep etika pedagang kaki lima di pasar peunayong berdasarkan studi analisis penerapan Syariat Islam di Kota Banda Aceh. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah antara lain :

1. Untuk mengetahui bagaimana bisnis yang di jalankan oleh etika pedagang kaki lima di pasar peunayong.
2. Untuk mengetahui etika bisnis apa yang di terapkan pedagang kaki lima di pasar peunayong sudah sesuai dengan Syariat Islam.

D. Penjelasan Istilah

1. Etika secara bahasa berasal dari bahasa Yunani *ethos*, yang didalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam hal ini etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik dan segala kebiasaan hidup yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang yang lain dari satu generasi ke generasi yang lain.¹³
2. Pedagang kaki lima atau yang disingkat PKL adalah sebutan yang diberikan kepada para pedagang yang menggelar lapak dagangan atau yang berjualan di pinggir-pinggir jalan dan di emperan toko.¹⁴
3. Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar.¹⁵
4. Peunayong merupakan sebuah nama wilayah di kota Banda Aceh, berdasarkan cerita rakyat peunayong di ambil dari asal kata *payoeng* (payung) yang maksudnya sebagai wilayah perlindungan hukum bagi masyarakat asing yang datang ke Aceh, baik sebagai pelancong maupun sebagai pedagang musiman.

¹³ Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 5.

¹⁴ Qanun Aceh Nomor 3 Tahun 2007 tentang Pengaturan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima, Bab I Ketentuan Umum.

¹⁵ Siti Minakusnia, "*Prilaku Pedagang Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Bisnis Islam*", Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015, 51.

E. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan, penulis menerapkan beberapa informasi dari berbagai sumber yang dapat membantu dan layak disajikan dalam penelitian ini yang berkaitan dengan etika dan bisnis Islam yang di anggap dapat membantu penulis dalam menggabungkan teori dan atau hasil penelitian sebelumnya sebagai pedoman telaah pustaka. Adapun buku-buku yang penulis anggap memiliki keterkaitan dengan penelitian ini diantara adalah buku Buchari Alma yang berjudul *Ajaran Islam dalam Bisnis*, dalam buku ini Buchari Alma menjelaskan tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam serta juga menjelaskan tentang standar etika yang berlaku didalam masyarakat¹⁶.

Buku yang ditulis oleh Agus Arijanto yang berjudul *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* di dalam bukunya Agus menjelaskan tentang bagaimana sebuah etika terbentuk kemudian di wariskan dari satu orang ke orang lain , kemudian dari satu generasi kegenarasi lain¹⁷. Selanjutnya yang keempat adalah Basu Swasta dalam bukunya *Azas-azas Marketing* dalam buku ini dijelaskan tentang teori-teori dan langkah-langkah konkrit dalam menjalankan usaha perdagangan dalam menawarkan barang-barang dagangan untuk dibeli oleh para konsumen.

¹⁶ Buchari Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1994).

¹⁷ Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011).

Buku Abdullah Abdul Husen At Thairiqi yang berjudul *Ekonomi Islam*, dalam bukunya Abdullah Husen menjelaskan tentang bagaimana konsep, prinsip-prinsip dasar dan tujuan ekonomi Islam dan buku ini juga membahas mengenai bagaimana transaksi dalam Islam yang harus memenuhi tujuh persyaratan di antaranya yaitu adanya kecakapan pihak yang melakukan transaksi, dan transaksi tidak boleh dilakukan oleh orang gila, anak kecil, dan orang yang di paksa.¹⁸ Transaksi hanya boleh dilakukan oleh orang yang sudah baligh dan berakal.

Kemudian buku Muhammad yang berjudul *Etika Bisnis Islam* yang mendefinisikan bahwa bisnis merupakan sebuah aktifitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang produksi¹⁹. Selain itu Menurut Skinner (1992) bahwa bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang menguntungkan atau memberi manfaat bagi kedua pihak.

Terakhir adalah buku Ali Hasan yang berjudul *Managemen Bisnis Syariah* mengemukakan tentang pelaku bisnis syariah dan menjelaskan bahwa pelaku bisnis yang di bangun harus berdasarkan pada kaidah-kaidah al-Qur'an dan Hadits yang mengantarkan para pelakunya untuk mencapai kesuksesan dunia akhirat. Standar etika perilaku bisnis syariah mendidik agar para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya selalu menerapkan sifat taqwa, aqsid (rendah hati), khidmad (melayani dengan baik),

¹⁸ Abdullah Abdul Husen At Thairiqi, *Ekonomi Islam (Prinsip, Dasar dan Tujuan)*, (Yogyakarta: Magistra Insani Press, 2004), 249.

¹⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akedemi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004).

dan amanah.²⁰ Setiap usaha yang dilakukan oleh seseorang harus selalu didasari dengan etika sehingga dapat bermanfaat dan memberikan hasil di dunia maupun di akhirat.

Berdasarkan uraian di atas, seluruh kajian yang telah disebutkan tidaklah menjelaskan secara khusus tentang etika pedagang kaki lima di pasar penayong di kota Banda Aceh melalui studi analisis terhadap penerapan Syariat Islam di kota Banda Aceh. Maka oleh karena itu penulis merasa bahwa judul ini sangat patut untuk diteliti dalam penelitian sebuah karya ilmiah.

F. Kerangka Teori

Istilah etika berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu *ethos* yang memiliki arti kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berpikir.²¹ Etika pedagang merupakan cara untuk melakukan kegiatan berdagang dalam sebuah usaha, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan para pelaku ekonomi secara individu maupun kelompok. Etika dalam jual beli menjadi salah satu bagian yang paling banyak diterangkan dalam al-Qur'an, pendek kata al-Qur'an merupakan sumber utama umat Islam dalam proses penerapan Syariat Islam secara umum dan ekonomi Islam secara khusus.

Dalam etika bisnis berlaku prinsip-prinsip yang seharusnya dipatuhi oleh para pelaku bisnis. Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip yang harus ditempuh oleh pedagang kaki lima untuk mencapai tujuannya dan harus dijadikan pedoman agar memiliki

²⁰ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis...*, 187.

²¹ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006), 5.

standar baku yang mencegah timbulnya ketimpangan dalam memandang etika moral sebagai standar kerja. Adapun prinsip-prinsip tersebut ialah:

1. Prinsip Otonomi

Yaitu kemampuan mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadaran tentang apa yang baik untuk dilakukan dan bertanggung jawab secara moral atas keputusan yang diambil.

2. Prinsip Kejujuran

Bisnis tidak akan bertahan lama apabila tidak berlandaskan kejujuran karena kejujuran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis (misal, kejujuran dalam pelaksanaan kontrak, kejujuran terhadap konsumen, kejujuran dalam hubungan kerja dan lain-lain).²²

3. Prinsip Keadilan

Bahwa tiap orang dalam berbisnis harus mendapat perlakuan yang sesuai dengan haknya masing-masing, artinya tidak ada yang boleh dirugikan haknya.²³

4. Prinsip Saling Menguntungkan

Agar semua pihak berusaha untuk saling menguntungkan, demikian pula untuk berbisnis yang kompetitif.

5. Prinsip Integritas Moral

Prinsip ini merupakan dasar dalam berbisnis dimana para pelaku bisnis dalam menjalankan usaha bisnis mereka harus menjaga nama baik usahanya agar tetap dipercaya.

²² Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rienika Cipta, 2011), 133.

²³ *Ibid.*,

Secara filosofi etika bisnis atau usaha dagang merupakan cabang dari etika umum, banyak orang mengartikan etika bisnis sebagai moral bisnis. Etika bisnis pada dasarnya juga merupakan bagian dasar dari etika sosial pedoman-pedoman moral pada umumnya. Hanya saja sifatnya lebih spesifik dan khusus menyangkut kegiatan produksi dan jual beli barang dan jasa.

Menurut Issa Rafiq Beekun, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan buruk. Etika dianggap sebagai ilmu yang normatif karena ia berperan dalam menentikan mana yang baik dan yang buruk.

Kemudian ditinjau dari teori *Distributive Justice* dalam Islam adalah Islam mengajarkan keadilan, hak orang miskin berada pada harta orang kaya. Islam mengakui kerja dan perbedaan kepemilikan kekayaan selain itu menurut teori *Deontogi* dalam Islam adalah niat baik tidak dapat mengubah yang haram menjadi halal. Walaupun tujuan, niat aslinya baik, akan tetapi bila caranya tidak baik, maka tidak baik.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang dilaksanakan seseorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada ditempat penelitian dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan, hal ini dilakukan dengan menemukan kebenaran.²⁴ Metode penelitian sebagai berikut.

²⁴ Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT.Gramedia, 1981), 13.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek yang diteliti²⁵ yaitu pedagang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam.²⁶ Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik bidang tertentu. Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia)²⁷ dimana data hasil penelitian di olah melalui prosedur analisis secara induktif bukan statistik. Dalam penelitian ini meneliti tentang etika pedagang kaki lima di pasar penayong Kota Banda Aceh.

2. Cara Penentuan Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Pemanfaatan informan bagi peneliti adalah untuk membantu agar dalam waktu singkat banyak informasi yang dapat dijangkau serta untuk menghindari terjadinya pengulangan data. Subjek dan informan dalam penelitian yang dimaksud adalah informan penelitian yang berfungsi untuk menjaring sebanyak-banyaknya

²⁵ Hadi Susistro, *Metodelogi Reaserch*, (Yogyakarta: Andi Offset,2001), 32.

²⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*,Cet 19, (Bandung: Alfabeta, 2013), 209.

²⁷ Burhan Bungin (ed), *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007,) 42.

data dan informasi yang akan berguna bagi penentuan konsep dan proposisi sebagai temuan penelitian.²⁸

Dalam penelitian ini penentuan informan ditentukan secara *purposive sampling* atau sampel bersyarat.²⁹ Dalam penelitian ini, mengelompokkan informan berdasarkan jenis usaha dan yang beragama Islam, kemudian dari masing-masing katagori diambil satu sebagai sample. Sehingga jumlah sample dalam penelitian ini sebanyak sepuluh informan.

3. Cara Pengumpulan Sumber Data

Dalam menyusun karya ilmiah, metode yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian ini dibagi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.³⁰ Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara maupun observasi langsung dengan para pedagang kaki lima di pasar penayong, serta informan terkait dengan penelitian ini. Dengan kata lain data primer diperoleh dari pedagang sebagai informan.

Sementara data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber yang tidak langsung. Dengan kata lain data sekunder disebut juga data yang diperoleh dari pihak lain seperti,

²⁸ Burhin Bungin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Roesdakarya, 2004), 132.

²⁹ Hendri Subiakto, *Metode Penelitian Sosial, Analisis Isi, Manfaat, dan Metode Penelitiannya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 72.

³⁰ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian.....*, 122.

buku-buku, dokumen , jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi serta membuat kesimpulan agar dapat di pahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain³¹. Dalam proses analisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif adalah menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai etika pedagang kaki lima di pasar peunayong Kota Banda aceh sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

Data hasil analisis dideskripsikan berdasarkan data hasil wawancara dan observasi yang di yakini ke falidannya. Setelah itu data yang di peroleh dari wawancara dan observasi di rangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data analisis dan ditarik kesimpulan.

5. Teknik Penulisan dan Penyusunan

Mengenai teknik penulisan dan penyusunannya, penulis berpedoman kepada buku panduan penulisan skripsi fakultas ushuluddin tahun 2013, UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.³² Sedang untuk penjelasan beberapa istilah, peneliti merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia. Buku-buku pedoman ini bertujuan

³¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, Cet. 19, 2014), 244.

³² Tim Penyusun, *Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ushuluddin IAIN Ar-Raniry* (Banda Aceh; Ushuluddin Publising,2013),22-23

untuk memudahkan penulisan agar lebih efektif dan konsisten dalam sebuah karya ilmiah.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan merupakan kerangka dari penelitian yang memberikan petunjuk mengenai pokok-pokok yang akan di bahas dalam penelitian. Pada umumnya sistematika pembahasan ini terdiri dari tiga bagian yang meliputi bagian awal, isi dan akhir . tetapi dalam penelitian ini secara khusus memiliki empat bab dan masing-masing bab memiliki sub-bab tertentu. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat dalam sistematika penulisan berikut ini:

Bab I merupakan pendahuluan dalam penelitian ini, bab ini memiliki lima sub-bab yaitu: latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup dan tujuan Penelitian, penjelasan istilah, metode penelitian, dan bagi sistematika penulisan.

Bab II merupakan tentang tinjauan umum tentang etika pedagang yang meliputi tentang teori etika, pengertian etika pedagang kaki lima dan juga membahas tentang etika bisnis Islam yang meliputi tentang fungsi etika bisnis Islam dan prinsip-prinsip bisnis Islam.

Bab III merupakan gambaran umum tentang lokasi atau objek penelitian yang meliputi sejarah pasar peunayong, struktur dan tata tertib pasar, sarana dan prasarana pasar, pasar peunayong dan permasalahan yang sering terjadi di pasar Peunayong Kota Banda Aceh.

Bab IV merupakan bab inti yang memuat analisis tentang etika pedagang kaki lima di pasar peunayong, dalam bab ini pembahasan tentang hasil dari penelitian skripsi ini meliputi tentang etika pedagang kaki lima di pasar peunayong, faktor-faktor penghambat penerapan etika bisnis Islam di pasar peunayong dan yang terakhir upaya pemerintah dalam penerapan etika bisnis Islam di pasar peunayong.

Bab V adalah bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian ini.



BAB II

TINJAUAN UMUM ETIKA PEDAGANG DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM

A. Etika Pedagang

Islam memang menghalalkan usaha perdagangan, perniagaan dan atau jual beli. Namun tentu saja untuk orang yang menjalankan usaha perdagangan secara Islam, dituntut menggunakan tata cara khusus, ada aturan mainnya yang mengatur bagaimana seharusnya seorang Muslim berusaha di bidang perdagangan agar mendapatkan berkah dan ridha Allah Swt di dunia dan akhirat.

Aturan main perdagangan Islam, menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang Muslim dalam melaksanakan jual beli dan diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, suatu usaha perdagangan dan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah Allah Swt di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli, masing-masing akan saling mendapat keuntungan, adapun etika perdagangan Islam tersebut antara lain:

1. Shidiq (Jujur)
2. Amanah (Tanggungjawab)
3. Tidak menipu
4. Menepati janji
5. Murah hati
6. Tidak melupakan akhirat¹

¹ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, (Malang: Uin Malang Press, 2007), 5.

Dalam al-Quran surat Alfajr (20) Allah Swt berfirman:

وَتُحِبُّونَ الْمَالَ حُبًّا جَمًّا

Artinya “Dan, kamu mencintai harta dengan kecintaan yang berlebihan.”²

Sesungguhnya manusia diciptakan dengan kecintaan terhadap harta benda. Allah Swt tidak mencela kecenderungan itu, selama harta yang dicintai dan dicarinya tidak membuat seseorang bermaksiat kepada Allah Swt dan berperilaku buruk kepada sesama. Allah Swt justru mengapresiasi orang-orang yang memerhatikan etika dalam mencari harta, sehingga hartanya membawa keberkahan untuk pemiliknya.

Selain itu berdagang adalah salah satu cara seseorang menjemput rezeki Allah Swt di dunia ini. Suri teladan kita, Nabi Muhammad Saw, adalah seorang pedagang. Begitu juga para sahabat, banyak di antaranya menjalani profesi sebagai pedagang dan mencapai kesuksesan. Seperti Utsman ibn Affan, Abdurrahman ibn Auf, Suhaib Alrumi, dan yang lainnya.³

Sebagai seorang Muslim, ada etika yang seharusnya diterapkan saat menjalani profesi sebagai pedagang. Karena, berdagang bukan usaha untuk mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa landasan etika, sehingga merugikan salah satu

² Yayasan Penyelenggara Penterjemah, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta Timur: Pustaka Al-kaustar, 2009,) 594

³ Dawwabah, Asyraf Muhammad, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah, Imam GM, Nahwa Rajul A'mal Islam*, (Semarang: Pustaka Nuun, cet IV, 2008)

pihak. Para ulama menekankan, proses jual beli adalah proses saling memberi manfaat antara penjual dan pembeli.⁴

Salah satu etika berdagang adalah bersikap jujur. Rasulullah saw bersabda “Penjual dan pembeli memiliki hak memilih selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya jujur dan apa adanya, mereka akan mendapat berkah dari jual belinya. Namun, jika mereka saling menyembunyikan sesuatu dan berdusta, keberkahan akan lenyap.” (HR Bukhari dan Muslim).

Jujur dalam berdagang memang sikap istimewa. Pedagang yang jujur adalah manusia yang hatinya selalu bertaut dengan Allah Swt, sang pemberi rezeki. Di tengah ingar-bingar kesibukan berdagang yang tidak jarang menggelincirkan manusia kepada sifat dusta, mampu berlaku jujur, amanah, dan tulus berusaha mencari rezeki halal.

Berdagang merupakan aktivitas duniawi yang penuh dengan fitnah dan sumber dosa. Daya tarik harta yang membangkitkan kecintaan manusia terhadap harta benda, kerap dikelilingi setan yang menyesatkan. Karena itu, Rasulullah saw menganjurkan banyak bersedekah kepada para pedagang.

Rasulullah Saw pernah bersabda, “Wahai para pedagang sekalian, sesungguhnya setan dan dosa hadir dalam perdagangan kalian. Maka, campurilah perdagangan kalian dengan sedekah (HR Tirmidzi).”⁵ Maka, mari kita menekuni perniagaan, namun jangan tinggalkan etika berdagang sesuai ketentuan Islam.

⁴ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika...*, 9.

⁵ Al-Albani, Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Abu Daud, Jilid 2, Penerjemah: Shahih Sunan Abu Daud*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006)

1. Teori Etika

Etika adalah aturan mengenai sikap atau perilaku dilingkungan sesuai dengan kebiasaan ditempat itu. Termasuk sopan santun dalam bersikap atau berbicara. Etika juga di gambarkan oleh baik atau buruknya sikap dan perilaku seseorang yang di implementasikan pada kehidupan sehari – hari. Etika pada umumnya yaitu ilmu yang mempelajari tentang benar dan salah. Berasal dari Bahasa Yunani yaitu “*Ethikos*” yang artinya Adat Istiadat atau Kebiasaan.⁶

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Etika adalah ilmu yang mempelajari baik dan buruk, hak dan kewajiban moral. Selain itu Etika adalah kumpulan asas / nilai yang berkenaan dengan akhlak. Etika juga diartikan nilai mengenai benar dan salah yang dianut masyarakat.

Etika berasal dari kata Yunani yaitu *ethos* yang berarti tempat tinggal, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Bentuk jamaknya adalah *ta etha*, yang berarti adat istiadat. Dalam hal ini, kata etika sama pengertiannya dengan moral.⁷

Etika menjelaskan kepada kita apakah perilaku kita bermoral atau tidak berkaitan dengan hubungan kemanusiaan yang fundamental, bagaimana kita berpikir dan bertindak kepada orang lain dan bagaimana kita inginkan mereka berpikir dan bertindak terhadap kita.

⁶ Abdul Azis, *Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 27.

⁷ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akedemi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 41.

Pada dasarnya Etika merupakan bagian dari filsafat, yaitu filsafat moral. Filsafat moral adalah cabang dari filsafat tentang tindakan manusia. Filsafat mempersoalkan istilah-istilah terpokok dari ilmu pengetahuan dengan suatu cara yang berada di luar tujuan dan metode ilmu pengetahuan. Dalam hubungan ini Harold H. Titus menerangkan: Ilmu pengetahuan mengisi filsafat dengan sejumlah besar materi yang faktual dan deskriptif, yang sangat perlu dalam pembinaan suatu filsafat. Banyak ilmuwan yang juga filsuf.

Berdasarkan pengertian etika, bagi pelaku usaha dapat memperoleh ilmu etika melalui teori etika, selain pengalaman dan informasi moral yang diterima dari berbagai sumber.

a. Etika Deontologi

Menurut teori ini beberapa prinsip moral itu bersifat mengikat bagaimanapun akibatnya. Etika ini menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada dirinya sendiri. Terdapat tiga kemungkinan seseorang memenuhi kewajibannya itu: karena nama baik, karena dorongan tulus dari hati nurani, serta memenuhi kewajiban⁸

b. Etika Teologi

Teori ini mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang mau dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan kosekuensi yang ditimbulkan oleh tindakan itu. Suatu tindakan

⁸ Erni R. Ernawan, *Busines Etnics*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 12.

dinilai baik jika tujuannya mencapai sesuatu yang baik. Tantangan yang sering dihadapi dalam penggunaan teori ini adalah kesulitan dalam mendapatkan seluruh informasi yang dibutuhkan dalam mengevaluasi semua kemungkinan kosekuensi dari keputusan yang di ambil.⁹

c. Etika Keutamaan

Etika ini lebih mengutamakan pembangunan karakter moral pada diri setiap orang. Nilai moral bukan muncul dalam bentuk adanya atuaran berupa larangan atau perintah, namun dalam bentuk teladan moral yang nyata dipraktekkan oleh tokoh-tokoh tertentu dalam masyarakat.¹⁰

2. Pengertian Pedagang Kaki Lima

Pedagang atau secara khusus disebut sebagai pedagang Kaki Lima (PKL) adalah orang-orang atau golongan ekonomi lemah yang berjualan barang kebutuhan sehari-hari, makanan atau jasa dengan modalnya yang relatif kecil, modal sendiri atau modal pinjaman dari pihak lain.

Pedagang kaki lima adalah suatu jenis pekerjaan yang dalam usahanya tidak memiliki tempat usaha permanen yang menggunakan berbagai sarana seperti kios, tenda dan secara gelar, dan menggunakan tempat-tempat untuk kepentingan umum yang bukan diperuntukkan bagi tempat usaha atau menempati lokasi yang tidak semestinya (misalnya di trotoar).

⁹ *Ibid.*, 13

¹⁰ *Ibid.*, 14

B. Etika Bisnis Islam

Secara sederhana etika bisnis dalam Islam berarti mempelajari tentang mana yang baik dan mana yang buruk berdasarkan pada prinsip moralitas. Dimana, Husein Sahatah memaparkan bahwa sejumlah perilaku etika bisnis (Akhlak Al Islamiyah) yang di bungkus dengan *dhawabith* (batasan syariah). Dalam melakukan kegiatan bisnis pun, moralitas disini di lihat dari beberapa aspek baik/buruk, benar/salah, wajar/tidak wajar dan lain-lain.¹¹

Unsur legalitas sistem etika bisnis Islam dapat mengacu kepada produk-produk fikih masa lalu. Karena nilai dalam Islam berkaitan dengan wahyu, dan wahyu mencanangkan sejumlah aturan main yang berkaitan dengan hukum (halal/haram) dalam setiap aspek kehidupan, tidak terkecuali aktivitas bisnis.

Dengan begitu, sebagai pemetaan yang harus di tarik antara bagian dan hukum (Fiqih) Islam yang membahas hukum dangan (Fiqh Muamalah) dan efisiensi dan efektivitas ekonomi. Bagian pertama di sebut menetapkan kerangka di bidang hukum. Seperti hal nya kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi dalam masyarakat muslim, kegiatan ekonomian tersebut dibatasi oleh hukum dagang dalam Islam.

Nilai Islam harus di arahkan untuk bisa mewarnai standar moral yang menjadi acuan orang untuk berperilaku etika. Dimana, konsep-konsep moral kekinian yang berlaku dalam dunia bisnis

¹¹ At-Tahrir dan Suhaimi Razak, "*Etika dan kode Etik Mujtahid*", dalam Jurnal Pemikiran Islam Nomor 2 (2008), 25.

Islam, untuk kemudian dicerahkan dengan nilai-nilai Islam. Konsep moral yang sesuai akan di akomodir, sedang konsep moral tidak sesuai dapat di gantikan dengan nilai Islam. Sehingga prinsip-prinsip moral yang menjadi turunannya, dapat diasumsikan sudah sesuai dengan nilai etika Islam.¹²

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, dan halal, haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.

1. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pengertian etika bisnis dan fungsi penerapan etika bisnis. Dalam penerapan etika bisnis ini tentu akan adalah nilai plus atau keuntungan tersendiri bagi sebuah usaha, baik dalam jangka waktu yang panjang maupun menengah. Secara umum fungsi etika bisnis diantaranya adalah dapat mengurangi dana yang diakibatkan dari pencegahan yang kemungkinan terjadinya friksi atau perpecahan, baik dari dalam internal sebuah usaha itu sendiri maupun eksternal.¹³

Namun pada dasarnya juga terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantara:

- a. Etika bisnis Islam berupaya mencari cara untuk menyelaraskan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis,

¹² Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2009), 259.

¹³ Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006), 32.

- b. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan-landasan nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
- c. Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu al-Quran dan Sunnah.¹⁴

Selain itu, dalam penerapan etika bisnis ini juga berfungsi untuk membangkitkan motivasi pekerja agar terus meningkat, melindungi prinsip dalam kebebasan berdagang atau berniaga, serta dapat menciptakan keunggulan dalam bersaing.

2. Prinsip-Prinsip Bisnis Islam

Dalam melakukan segala aktifitas terutama dalam bentuk kegiatan usaha tentunya ada etika yang mengatur sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan keharmonisan dan keselarasan antar sesama. Begitu juga dalam dunia bisnis, tidak lepas dari etika yaitu etika bisnis. Etika bisnis merupakan aturan yang mengatur tentang aktifitas bisnis. Dalam Islam juga terdapat etika dalam aktifitas berbisnis. Adapun aktifitas dan etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

¹⁴ John Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo press, 2009), 76.

a. Pembisnis harus jujur.

Tanpa kejujuran, semua hubungan termasuk hubungan bisnis tidak akan langgeng, padahal dalam prinsip berbisnis interaksi yang memberikan keuntungan sedikit tetapi berlangsung berkali-kali (lama) lebih baik dari pada untung banyak tetapi hanya sekali atau dua, tiga kali.

Jujur merupakan motivator yang abadi dalam budi pekerti dan perilaku seorang pembisnis muslim, karena sebagai salah satu sarana untuk memperbaiki amalnya, dan sarana untuk bisa masuk surga. Sebagaimana firman Allah Swt. dalam surat Al-Ahzab ayat 70-71:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا
وَيَعْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا
يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah Perkataan yang benar,; Niscaya Allah akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan Barang siapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka sungguh, dia menang dengan kemenangan yang agung.”¹⁵

Di antara bentuk kejujuran seorang pembisnis adalah selalu berkomitmen dalam jual belinya dengan berlaku terus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati.¹⁶ Bentuk

¹⁵ Yayasan Penyelenggara Penterjemah, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta Timur: Pustaka Al-kaustar, 2009,) 428

¹⁶ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011)

kejujuran yang lain adalah pembisnis dalam memasarkan barang dagangannya harus dijauhkan dari iklan yang licik dan sumpah palsu, atau memberi informasi yang salah tentang barang dagangannya untuk menipu calon pembeli.

b. Amanah

Islam mewajibkan pembisnis untuk mempunyai sikap amanah terhadap dirinya sendiri dan orang lain, dan tidak boleh meremehkan hak orang yang memberikan amanah. Karena amanah merupakan tanggung jawab yang besar yang lebih berat dari seluruh yang ada di dunia ini. Sebagaimana firman Allah Swt dalam surat Al-Ahzab ayat 72:

وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا
إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ
الْإِنْسَانِ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

“Sesungguhnya Kami telah menawarkan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung, tetapi semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya (berat), lalu dipikullah amanat itu oleh manusia. Sungguh manusia itu sangat zalim dan sangat bodoh”¹⁷

Seorang pembisnis yang amanah adalah seorang pembisnis yang harus menjelaskan dengan terus terang tentang harga barang dan laba yang diperolehnya jika barang dagangannya dijual dengan menggunakan sistem bagi hasil. Selain itu, dia harus

¹⁷ Yayasan Penyelenggara Penterjemah, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, (Jakarta Timur: Pustaka Al-kaustar, 2009), 428.

memberitahukan kepada pembelinya tentang aib (cacat) barang dagangannya, seandainya memang ada aibnya.¹⁸

c. Toleransi dan keramah tamahan

Dalam Islam berbisnis tidak sekedar memperoleh keuntungan materi semata, tetapi juga menjalin hubungan harmonis yang pada gilirannya menguntungkan kedua belah pihak, karena kedua belah pihak harus mengedepankan toleransi.

Ungkapan yang menyatakan “pembeli/konsumen adalah raja” ada benarnya, tetapi pada yang saat yang sama ada batasannya. Batasan itu melahirkan hak untuk pembeli dan juga hak untuk penjual. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad saw: Dari Jabir bin Abdullah r.a. bahwasanya Allah Swt merahmati seseorang yang ramah dan toleransi dalam menjual, membeli, dan menagih. (HR. Bukhari dan at-Tirmidzi)¹⁹

Bentuk-bentuk toleransi dan keramahtamahan yaitu tidak menarik keuntungan yang melampaui batas kewajaran, menerima kembali dalam batas tertentu barang yang dijualnya jika pembeli merasa tidak puas dengannya²⁰.

Namun bentuk toleransi tidak hanya terjalin antar penjual dengan pembeli. Namun antara penjual dengan barang

¹⁸ Shihab, M. Quraish, *Berbisnis Dengan Allah*, (Tangerang: Lentera Hati, 2008), 34.

¹⁹ Al-Albani, Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Abu Daud, Jilid 2, Penterjemah: Shahih Sunan Abu Daud*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006)

²⁰ Masyuri, *Sistem Perdagangan Dalam Islam*, (Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi-Lipi, 2005).

dagangannya, terutama bagi mereka yang menjual dagangan berupa makhluk hidup seperti tumbuhan dan hewan. Para penjual tentunya harus merawat dan memelihara dengan baik hewan yang akan mereka jual, sebagaimana dalam hadis nabi: “Dari Abu Hurairah bin Ja’far, ia berkata: Pada suatu hari Rasulullah Saw mengajakku menumpang di belakang tunggangannya dan menyampaikan rahasia kepadaku, yang rahasia itu tidak akan aku sampaikan kepada siapapun, yang paling Rasulullah Saw sukai ketika menunaikan hajat adalah menutupinya dengan tempat yang berinding pohon kurma. Nabi kemudian menuju ke kebun seorang sahabat Anshar, namun tiba-tiba datang seekor unta. Ketika unta tersebut melihat Nabi Saw, sang unta merintih dan menyucurkan air mata. Nabi mendatangi unta tersebut dan mengusap telingannya hingga unta itu terdiam. Setelah itu nabi berkata, “Siapa pemilik unta ini? Siapa yang mempunyai unta ini?” Kemudian datanglah seorang Pemuda Anshar dan berkata: “Ini untaku wahai Rasulullah!” Rasulullah kemudian berkata, “Apakah kamu tidak takut kepada Allah atas binatang yang diberikan Allah untukmu? Sesungguhnya unta ini mengadu kepadaku bahwa kamu telah membuatnya kelaparan dan melelahkannya”.²¹

d. Pemenuhan janji dan perjanjian

Salah satu konsekuensi dari kejujuran adalah pemenuhan janji dan syarat perjanjian. Dua pihak yang bertransaksi pada dasarnya saling percaya akan kebenaran mitranya dalam segala hal yang berkaitan dengan bisnis mereka. Al-Qur’an secara tegas

²¹ Al-Albani, Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Abu Daud, Jilid 2, Penerjemah: Shahih Sunan Abu Daud*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006)

memerintahkan untuk memenuhi segala macam janji dan ikatan perjanjian, sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi:

أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ مَا إِلَّا الْأَنْعَامَ عَلَيْكُمْ يُدْرِكُ الْمُحْلِيِّغَيْرَ وَأَنْتُمْ الْمَصِيدُ
أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ مَا يَحْكُمُ يُرِيدُ

“Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang dia kehendaki.”²²

Dalam surat Al-Isra’ ayat 34 yang berbunyi:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ
الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai dia dewasa dan penuhilah janji, karena janji itu pasti diminta pertanggung jawabannya.”²³

Demi memelihara kewajiban ini al-Qur’an memerintahkan untuk mencatat transaksi bisnis dan mempersaksikannya di hadapan notaris (bila perlu), khususnya menyangkut utang piutang

²² Yayasan Penyelenggara Penterjemah, *Al-Qur’an Dan Terjemahnya*, (Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar, 2009,)107

²³ Yayasan Penyelenggara Penterjemah, *Al-Qur’an Dan Terjemahnya*, (Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar, 2009,)286

dan mempersaksikannya dengan dua orang yang disepakati oleh kedua belah pihak.

e. Prinsip keadilan,

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya.²⁴



²⁴ Abdul Azis, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 28.

BAB III

GAMBARAN UMUM TENTANG LOKASI PASAR

A. Sejarah Pasar Peunayong

Pada tahun 1940, Banda Aceh hanya memiliki satu pasar sentral yang berada di tengah kota, yang menawarkan berbagai produk sandang pangan dan produk-produk lainnya. Dengan berkembangnya zaman dan juga didukung oleh adanya pertumbuhan penduduk, jumlah penjual yang menawarkan kebutuhan konsumen juga semakin bertambah, sehingga mendesak pemerintah kota untuk mengembangkan pasar Aceh yang selayaknya memerlukan perluasan. Namun, dikarenakan lokasi awal berada di tengah kota, sulit untuk mengembangkan pasar di lokasi yang sama. Alternatif yang dipilih adalah dengan memindahkan pasar ikan ke pinggiran sungai Aceh (Krueng Aceh) yang berjarak 500 meter dari lokasi pasar sentral.¹

Pasar yang dibangun tersebut hanya berkapasitas 100 bangku yang memuat 120-140 pedagang. Kondisi ini membuat banyak pedagang ikan yang masih tidak tertampung untuk berjualan di lokasi tersebut. Maka pada tahun 1968- 1969 dibangun pasar semi permanen di daerah Peunayong yang juga berada di pinggiran sungai Aceh (Krueng Aceh). Berawal dari sinilah munculnya Pasar Peunayong.²

¹ Saifuddin, *Ketua Pasar buah dan sayur* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 11 Juli 2018.

² Samsul Bahri, *Ketua Pasar Ikan dan Sayur* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 8 Juli 2018.

Pada tahun 2004, bencana tsunami memporak-porandakan pasar sehingga rata dengan tanah. Namun, kondisi ini tidak berlangsung lama, dimana dalam masa rekonstruksi pada awal tahun 2005, Pemerintah kota Banda Aceh bekerjasama dengan CHF (community Habitat Finance), CRS (catholic Relief Services) dan ARC (American Red Cross) membangun kembali kompleks Pasar Peunayong menjadi tiga gedung bertingkat, yang dikelompokkan berdasarkan bahan pangan.³

B. Struktur dan Tata Tertib Pasar Peunayong

Demi terciptanya kinerja yang baik di dalam pasar, maka diperlukan adanya pembagian kerja yang jelas. Oleh karena itu struktur organisasi dalam sebuah pasar menjadi sangat penting untuk diadakan. Struktur organisasi merupakan gambaran tentang besarnya organisasi dengan pembagian satuan-satuan kerjanya, hubungan yang terjalin di antara satuan-satuan kerja serta batas-batas wewenang dari masing-masing satuan organisasi tersebut.

Dengan adanya struktur organisasi, anggota akan lebih mudah mengetahui tugas dan tanggung jawab masing-masing dalam mengkoordinasi, mengawasi dan memberikan arahan kepada bawahan sesuai kebijakan yang telah digariskan sehingga semuanya dapat berjalan secara efektif dan efisien.⁴

Dalam mencapai tujuan tersebut menurut Samsul pembentukan organisasi di pasar peunayong telah ada sebelum

³ Samsul Bahri, *Ketua Pasar Ikan dan Sayur* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 8 Juli 2018.

⁴ Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006), 23.

tsunami datang melanda Aceh. Namun pasca tsunami organisasi pasar telah lama vakum dan dibentuk kembali pada tahun 2016 yang lalu.⁵

Adapun susunan personalia organisasi pasar di peunayong terdiri dari tiga ketua pasar, tiga sekretaris dan tiga bendahara. Masing-masing ketua memiliki wilayahnya sendiri-sendiri yang terdiri dari pasar buah dan sayur, pasar ikan dan sayur terakhir pasar daging. Berdasarkan penjelasan dari Samsul Bahri dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan struktur dalam organisasi pasar peunayong hanya terdiri dari ketua, sekretaris dan bendahara sementara terkait persoalan keamanan dan kebersihan pengurus organisasi pasar melakukan kerjasama dengan Pemerintah Kota Banda Aceh.⁶

Adapun peraturan yang WAJIB diikuti oleh semua member (anggota) Pasar Peunayong adalah sebagai berikut :

1. Setiap pedagang di larang berjualan pada lapak orang lain
2. Di larang membanding-bandingkan harga dengan lapak (barang dagangan orang lain.
3. Di larang menjual barang-barang haram
4. Di harapkan untuk saling menghargai antara sesama pedagang
5. Di larang berjualan saat sedang berlangsung shalat jumat⁷

C. Sarana dan Prasana Pasar Peunayong

Sebagai salah satu tempat “perkumpulan” massa yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pokok

⁵ Samsul Bahri ,*ketua pasar Ikan dan Sayur* peunayong di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 8 Juli 2018.

⁶ Samsul Bahri, *Ketua Pasar Ikan dan Sayur* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 8 Juli 2018.

⁷ Ibnu, *Sekretaris Pasar Buah dan Sayur* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh. Wawancara tanggal 10 Juli 2018.

masyarakat, terutama kebutuhan sandang dan pangan, maka sebuah pasar tidak dapat dilepaskan dari sarana dan prasarana yang ada di dalamnya. Sebab tanpa adanya sarana dan prasarana yang mendukung, maka kegiatan dalam lingkungan pasar akan terganggu atau bahkan tidak akan dapat berlangsung. Hal ini berlaku pada setiap pasar, termasuk salah satunya pasar peunayong.

Sarana dan prasarana yang ada di pasar peunayong terpapar di bawah ini:⁸

1. Kios buah
2. Pasar Ikan
3. Pasar daging
4. Pasar sayur
5. Warung kopi
6. Masjid
7. Tempat Parkir
8. Pedagang Kaki Lima
9. Tempat Pembuang sampah
10. Mushalla
11. Listrik
12. Air Bersih dari PDAM

Sementara terkait hak dan kepemilikan pasar peunayong adalah milik Pemerintah Kota Banda Aceh yang memberikan kewenangan kepada Kantor Dinas Pasar Kota Banda Aceh sebagai pihak yang bertanggungjawab mengurus aktifitas dan perkembangan pasar.

⁸ Hasil *observasi peneliti* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, pada tanggal 15 Juni 2018.

D. Permasalahan di Pasar Peunayong

Pasar tradisional secara umum memiliki kelemahan yang sangat urgen jika di bandingkan dengan pasar modern. Pasar tradisional rata-rata terlihat lebih

kumuh dan kotor. Bukan hanya itu saja, banyaknya produk yang mayoritas diperjual-belikan oleh oknum pedagang yang tidak bertanggung jawab itu menggunakan bahan kimia yang tidak seharusnya dipakai, dan praktek seperti itu marak sekali terjadi di pasar tradisional. Bukan hanya itu saja, cara pengemasan di pasar tradisional juga membuatnya kurang dilirik konsumen, bahkan makin hari bukannya semakin bagus akan tetapi malah semakin memburuk kondisinya. Keadaan seperti itu, cukup jelas membahayakan keberadaan pasar tradisional.⁹

Adapun hal-hal yang membedakan pasar tradisional dan modern adalah sebagai berikut :

1. Harga Barang

Barang-barang yang dijual di pasar tradisional dan pasar modern memiliki perbedaan harga yang cukup signifikan. Harga suatu barang di pasar tradisional bahkan bisa sepertiga dari harga barang yang sama yang dijual di supermarket, terutama untuk produk-produk segar seperti sayur-mayur serta bumbu-bumbu dapur seperti bawang merah, bawang putih, jahe, lengkuas, merica, cabai merah, cabai rawit, dan lain sebagainya.¹⁰

⁹ Salwa, *Warga Darussalam* pelanggan di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 12 Juli 2018.

¹⁰ Rahmat, *Warga Cot Iri* Pelanggan di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 12 Juli 2018.

2. Tawar menawar

Berbelanja di pasar tradisional memungkinkan pembeli untuk menawar harga barang-barang hingga mencapai kesepakatan dengan pedagang. Jika cukup pintar menawar, seseorang bisa mendapatkan barang dengan harga yang jauh lebih murah. Sedangkan di pasar modern, pembeli tidak mungkin melakukan tawar menawar karena semua barang telah diberi label harga pas.¹¹

3. Diskon

Untuk urusan diskon, sejumlah supermarket memang sering memberikan berbagai penawaran yang menggiurkan. Akan tetapi, perlu diperhatikan apakah hal tersebut merupakan rayuan terselubung (gimmick) agar pembeli bersikap lebih konsumtif. Tidak jarang, orang menjadi lapar mata atau bagiannya ketika berbelanja di supermarket dan tergoda membeli barang-barang yang tidak mereka butuhkan.¹²

4. Kesegaran produk

Untuk produk-produk segar seperti daging, ikan, sayur-mayur, telur, dan lain sebagainya, pasar peunayong biasanya menyajikan produk yang jauh lebih segar ketimbang supermarket, karena belum ditambahkan zat pengawet. Logikanya, pedagang di pasar tradisional memiliki dana yang cukup terbatas sehingga hanya mampu membeli pasokan barang dengan jumlah tidak terlalu

¹¹ Adi, *Warga Neusu* Pelanggan di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 12 juli 2018

¹² Salwa, *Warga Darussalam*, pelanggan di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 12 Juli 2018.

banyak. Dengan demikian, produk-produk yang dijual pun lebih terjaga kesegarannya.¹³

5. Pelayanan pasar

Layaknya pasar tradisional pada umumnya, pasar peunayong secara umum mulai melakukan aktifitas jual beli pada pukul 05.00 sampai dengan 19.00. berbeda dengan pasar modern yang melakukan pelayanan penjualan hingga 24 jam, di pasar peunayong pelayanan 24 jam tidak mungkin dapat dilakukan karena berdasarkan observasi peneliti ke lapangan meski aktifitas pasar peunayong terus ada selama 24 jam, namun kegiatan di pasar tersebut tidak bisa di gunakan seluruhnya untuk melayani pembeli, karena pada malam hari sekitar jam 09.00 malam sampai jam 04.00 pagi pedagang terlihat sangat sibuk untuk memasukkan barang dari para agen dan distributor yang kemudian akan di jualnya besok pagi.

Kemudian terkait dengan perhitungan rugi laba, pedagang kaki lima dipasar peunayong tidak melakukan perhitungan detail, metode yang digunakan oleh para pedagang dalam menghitung laba hanya dengan cara jumlah penjualan dikurangi modal pembelian. Untuk pembayaran zakat dari keuntungan para pedagang mengaku bahwa keuntungan dari penjualan di pasar hanya cukup menutupi makan mereka sehari-hari

E. Transaksi Jual Beli di Pasar Peunayong

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela di antara kedua

¹³ Rahmi, *Warga Kuta Alam*, Pelanggan di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 12 Juli 2018.

belah pihak, yang satu menerima benda atau barang di pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan *syara'* dan disepakati.¹⁴

Jual beli di pasar peunayong secara umum menggunakan sistem jual beli yang di atur didalam Fiqh Islam yaitu dengan cara saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.¹⁵ Kemudian yang menjadi landasan dalam jual beli di pasar peunayong adalah al-Qur'an, Hadits dan Ijma' sebagai seperangkat aturan yang telah diatur di dalam Fiqh Islam.

Adapun yang menjadi rukun beli dalam Islam ialah:

- a. Ada orang yang berakad atau Al-muta'qidaini (penjual dan pembeli)
- b. Ada sighat (lafal jab dan qabul)
- c. Ada nilai tukar pengganti barang¹⁶

Sementara itu, Adapun yang menjadi syarat-syarat jual beli yang sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan oleh Jumhur Ulama adalah sebagai berikut:¹⁷

- a. Syarat-syarat orang yang berjual-beli
 1. Berakal
 2. Orang yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda

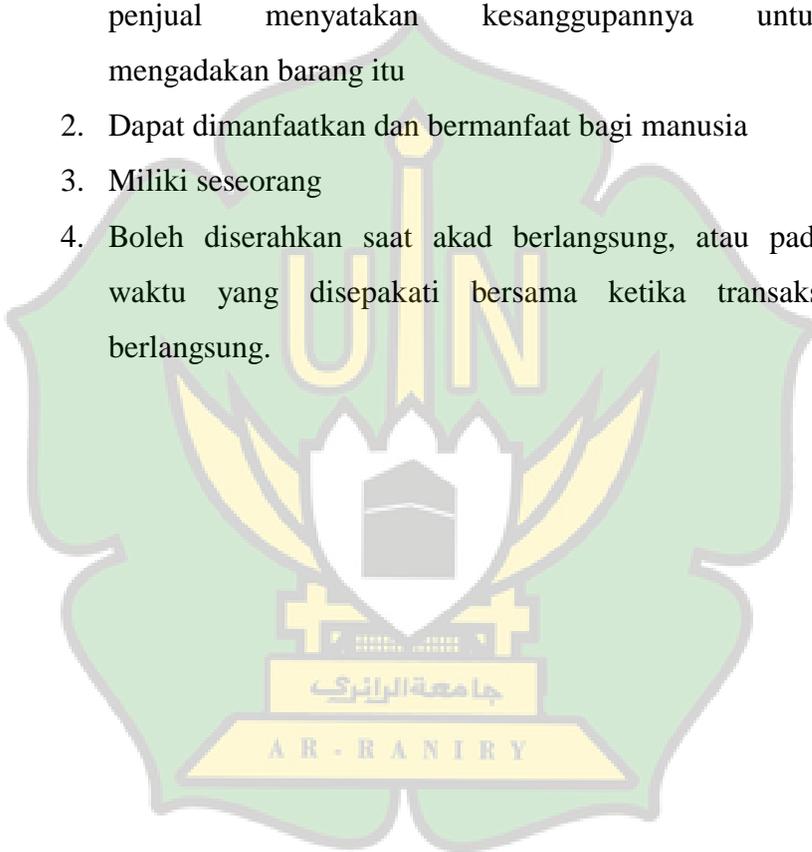
¹⁴ Hendri Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Gravindo Persada, 2008), 68.

¹⁵ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), 111.

¹⁶ Muhammad Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Raja Gravindo, 2004), 118.

¹⁷ *Ibid.*,

- b. Syarat-syarat yang terkait dengan ijab qabul
 - 1. Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal
 - 2. Qabul sesuai dengan ijab
- c. Syarat yang diperjual belikan
 - 1. Barang itu ada atau tidak ada di tempat tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu
 - 2. Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia
 - 3. Miliki seseorang
 - 4. Boleh diserahkan saat akad berlangsung, atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.



BAB IV

ETIKA PEDAGANG KAKI LIMA DI PASAR PEUNAYONG

A. Etika Pedagang Kaki Lima di Pasar Peunayong

1. Etika Antara Sesama Pedagang Kaki Lima

Keberadaan pasar tradisional di era modern seperti sekarang ini tidak saja masih dibutuhkan, tetapi juga tidak dapat dipisahkan dari sistem kehidupan masyarakat. Kondisi ini disebabkan karena pada sebagian besar masyarakat masih banyak yang belum memahami manfaat dari perkembangan ilmu dan teknologi, misalnya berbelanja melalui internet.¹

Kebanyakan dari pedagang kaki lima di pasar peunayong ialah menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti bahwa stigma yang melekat pada pasar tradisional peunayong secara umum dilatarbelakangi oleh perilaku dari pedagang pasar, pengunjung atau pembeli dan pengelola pasar. Perilaku pedagang pasar secara umum terlihat ramah. Namun, masih ada beberapa pedagang khususnya pedagang kaki lima yang bersikap sembarangan kepada para pengunjung yang kemudian menimbulkan stigma buruk pada pasar tradisional peunayong tersebut.

¹ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 18.

Akibatnya sebagian dari para pengunjung yang pernah datang akhirnya mencari alternatif tempat belanja lain, di antaranya mengalihkan tempat berbelanja ke pasar modern yang berada di sekitaran pasar peunayong yang lebih relatif mudah dijangkau (tidak perlu masuk ke dalam pasar).

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan terkait dengan tata cara pedagang dalam melakukan penawaran terhadap barang dagangnya kepada pembeli yaitu dengan dua cara, yaitu;

1. Berbicara langsung menawarkan barang kepada pembeli

Berbicara langsung dengan para calon pembeli yang lewat didepan lapak dagangannya untuk menawarkan barang dagangannya merupakan salah satu cara yang paling efektif dan dilakukan oleh para pedagang kaki lima. Kebanyakan para pedagang melakukan penawaran dengan cara memuji barang dagangannya lebih baik daripada barang dagangan milik orang lain.

2. Memajang barang dagangan

Memajang barang dagangan merupakan cara yang banyak dilakukan oleh para pedagang, para pedagang kaki lima biasanya membuka seluruh barang dagangannya sehingga dapat menarik perhatian para calon pembeli untuk datang membelinya.

Mengenai dua strategi pedagang kaki lima yang ditemukan peneliti di pasar peunayong terlihat memang tidak bertentangan dengan sistem bisnis Islam. Sebab strategi tersebut berupa tindakan yang memang perlu dilakukan oleh para pedagang

untuk menghadapi situasi dan kondisi yang ada di dunia usaha. Sebab merupakan hal penting agar usaha mereka bisa bertahan, yang lebih penting disini adalah agar perekonomian mereka bisa lebih baik.

Salah seorang penjual bakso dan mie di dalam pasar peunayong di Kota Banda Aceh mengatakan terkait dengan persaingan antar para pedagang di peunayong, Alvian menuturkan bahwa di pasar peunayong ini semua pedagang berteman dengan baik dan melakukan kompetisi secara sehat dan tidak menjatuhkan ataupun menjelek-jelekan dagangan satu sama lainnya.²

Hasil wawancara lain dengan ibu Martini seorang pedagang sayuran, mengenai hubungan antara para pedagang sayur ibu Martini mengatakan bahwa dirinya tidak menganggap pedagang lainnya sebagai saingan karena menurut nya, meski pedagang lainnya berasal dari berbagai desa akan tetapi semua diantara para pedagang telah saling mengenal cukup lama dan sudah seperti saudara sendiri. “sama-sama berjuang untuk mencari nafkah dan mencukupi kebutuhan sehari-hari, jadi antara kami sangat berhubungan dengan baik untuk menjaga talisilaturahmi. Meskipun ada adu mulut itu wajar karena kami ini sudah ibu-ibu”³

2. Etika dalam Melayani Pembeli

Kehidupan di kawasan pasar peunayong Kota Banda Aceh sangatlah menjanjikan bagi para pedagang yang mempunyai usaha dikawasan tersebut. M. Yakop bendahara pasar ikan peunayong

² Alvian, *Pedagang Bakso* di Pasar peunayong Kota Banda Aceh, wawancara tanggal 13 juli 2018.

³ Ibu Martini, *Pedagang Sayur* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara tanggal 14 Juli 2018.

mengatakan dalam hal melayani pembeli, para pedagang memiliki caranya masing-masing dalam melayani pembeli, selain berbeda dalam hal melayani di antara satu sama lain para pedagang juga menawarkan harga yang berbeda-beda kepada para pembeli. “disini saya berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada para pembeli yaitu dengan cara menawarkan barang-barang yang saya jual kepada pembeli yang lewat di depan lapak usaha saya. Boleh hanya mampir untuk melihat-lihat saja dulu mana tahu setelah di lihat para pengunjung juga akan membeli”⁴

Sementara itu Ishak yang merupakan seorang pedagang ikan di pasar peunayong terlihat begitu ramah dengan para pengunjungnya. Sehingga tidak mengherankan jika lapak penjualan ikannya pada saat peneliti amati di datangi oleh banyak pengunjung. Menurut pengakuan salah satu pembeli, Ishak terkenal sebagai pedagang yang baik dan sangat murah hati. Saking baiknya Ishak sering memberikan diskon kepada setiap pelanggannya.⁵

Namun menurut observasi peneliti melihat berdasarkan indikator etika dalam melayani pembeli masih ada beberapa poin yang belum terpenuhi oleh para pedagang kaki lima di pasar peunayong. Hal ini disebabkan karena kebanyakan para pedagang tidak memahami terkait etika tersebut. Menurut Rifki seorang pembeli di pasar peunayong menyebutkan bahwa secara umum pedagang kaki lima di pasar peunayong memang telah bersikap

⁴ M. Yakop, *Bendahara sekaligus pedagang* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 14 Juli 2018.

⁵ Putri Nurbasyirah, *Pembeli Ikan*, di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 14 Juli 2018.

wajar, “tetapi yang namanya pasar itu wajar jika pedagang sering berteriak dalam menjelaskan barang dagangnya karena di pasar terlalu ramai orang”.⁶

Beberapa konsumen yang datang kepasar peunayong secara umum menyebutkan bahwa mereka merasa puas dengan pelayanan di pasar peunayong. Hal ini disebabkan karena dari harga barang-barang yang di jual pasar peunayong sangat terjangkau dengan perekonomian masyarakat Aceh. Selain itu terkait dengan kualitas produk di pasar peunayong adalah standar dan kesegaran barang-barang yang dijual pun terjamin karena barang tersebut di jual berupa satu kali. Namun kendatipun masyarakat mengatakan puas terhadap pelayanan pedagang, secara tidak langsung dalam wawancara dengan para konsumen peneliti menemukan tentang adanya beberapa masukan ataupun catatan konsumen kepada para pedagang pasar peunayong dalam melakukan transaksi jual beli atau berdagang.

Sufra Yanti juga menyebutkan bahwa dia saat membeli sayur seperti bawang ataupun tomat bahwa sering dari pedagang memang tidak menggunakan timbangan, “mungkin para pedagang telah tahu pasti ukurannya sehingga hal tersebut bagi saya tidak menjadi masalah”⁷

Aminah mengatakan hal yang membuatnya tidak nyaman berbelanja di pasar peunayong adalah ketika ada beberapa pedagang yang kesannya memaksa dalam menjual barang “padahal

⁶ Rifki, *Pembeli Sayur*, di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 14 Juli 2018.

⁷ Sufra Yanti, *Pembeli sayur* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 14 Juli 2018.

saya setuju, tetapi barang sudah dibungkus duluan, akhirnya mau tidak mau saya harus membelinya karena merasa malu dengan pembeli lainnya”.⁸

Kemudian menurut amatan peneliti terhadap beberapa pedagang kaki lima di pasar peunayong dalam proses tawar menawar harga dengan pembeli juga sering menggunakan kata-kata sumpah untuk meyakinkan pembeli bahwa barang yang dijualnya tidaklah mahal. Menurut Samsul Bahri penggunaan sumpah oleh para pedagang memang sudah menjadi tabiat beberapa pedagang dan hal yang menjadi latar belakang terakit sumpah tersebut ialah karena ketidaktahuan mereka terhadap hukum penggunaan sumpah itu sendiri.⁹

3. Etika dalam Menentukan Harga

Dari hasil wawancara dengan tiga orang ketua pasar peunayong bahwa sanya dalam proses penentuan harga penjualan untuk sebuah barang itu tidak memiliki ketentuan khusus, namun meskipun demikian harga antara satu pedagang dengan pedagang lainnya tidaklah terlalu jauh beda “paling selisih lima sampai sepuluh ribu rupiah saja”¹⁰

Penetapan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perdagangan sebagai konsentrasi dari deregulasi, persaingan yang sengit. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan juga sangat mempengaruhi persepsi pembeli dalam

⁸ Aminah, *Pembeli Ikan* di pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 14 juli 2018.

⁹ Samsul Bahri, *Ketua Pasar Ikan* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 8 juli 2018

¹⁰ Samsul Bahri, *Ketua Pasar Ikan* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 8 juli 2018.

menentukan pilahannya. Terkadang harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk bagi pembeli.¹¹

Strategi yang biasa diterapkan pedagang di pasar peunayong, antara lain :

- a. Menggunakan kebijakan-kebijakan penetapan harga yang diberlakukan menurut biaya jasa yang diberikan kepada konsumen
- b. Mengurangi biaya operasi dengan cara membeli satu jenis barang pada satu agen penampung.

Kemudian yang menjadi peran dari organisasi pasar dalam penentuan harga barang, adalah pada pemilihan jenis barang yang masuk kedalam pasar sehingga para pedagang bisa dipastikan mendapatkan barang dagangan dengan harga modal yang sama. Sehingga bila harga modal di antara para pedagang sama tentu secara otomatis harga jual pun akan relatif sama.¹²

Namun meskipun harga modal barang yang di terima para pedagang di pasar peunayong itu sama akan tetapi dalam penjualan biasanya para pedagang juga menetapkan harga jual yang berbeda-beda. Terkait penetapan harga jual tersebut para pedagang memang diberikan kebebasan, hal ini dikarenakan oleh beberapa faktor yaitu:¹³

- a. Seringnya pembeli yang melakukan tawar-menawar harga pada saat membeli sebuah barang.

¹¹ Saifuddin, *Ketua Pasar buah dan sayur* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 11 Juli 2018

¹² Ibnu, *Sekretaris Pasar Buah dan Sayur* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh. Wawancara tanggal 10 Juli 2018

¹³ Ibnu, *Sekretaris Pasar Buah dan Sayur* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh. Wawancara tanggal 10 Juli 2018

- b. Lokasi atau lapak dagang yang berbeda-beda, biasanya untuk pedagang yang mudah dijangkau harga barang lebih mahal ketimbang lapak yang jauh dan sedikit sulit dijangkau. Hal ini merupakan strategi untuk menarik calon pembeli untuk datang membeli sebuah barang.

B. Faktor-Faktor Penghambat Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Peunayong

Menurut Muhammad, etika bisnis Islam merupakan suatu norma yang bersumber dari al-Qur'an dan hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap dan bertingkah laku serta membedakan mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktifitas bisnis.¹⁴ Etika merupakan seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan.¹⁵

Bisnis Islam adalah sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah (kualitas) kepemilikan hartanya (barang atau Jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperoleh dan mendayagunakan hartanya (ada aturan halal dan haramnya).¹⁶

Dari hasil penelitian mengenai penerapan etika di pasar peunayong Kota Banda Aceh dalam transaksi jual beli yang

¹⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Akedemi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), 41.

¹⁵ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, Terj. Muhammad (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3.

¹⁶ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 18.

dilakukan oleh pedagang kaki lima secara garis besar para pedagang telah menerapkan atau menjalankan etika bisnis. Dari hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari beberapa kali wawancara yang dijadikan sebagai sampel penelitian dapat diketahui bahwasanya masih ada beberapa pedagang yang masih melakukan pelanggaran-pelanggaran etika dalam berdagang.

Selain itu perlu digarisbawahi bahwa etika dalam dalam perdagangan islam sangat dibutuhkan sebagai sebuah kode etik yang di dalamnya memiliki nilai-nilai substansial yang di harapkan mampu membekali para pedagang , beberapa hal yang bisa didapatkan dalam kode etik bisnis islam antara lain :

1. Dapat membangun atau mengembangkan metode bisnis Islam dalam melakukan perdagangan yang bersandarkan pada kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku dagang dari sebuah resiko.
2. Kode etik ini juga dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggungjawab para pelaku usaha, terutama bagi diri sendiri, antara komunitas dagang, masyarakat dan diatas segalanya adalah tanggungjawab di hadapan Allah SWT.
3. Kode etik tersebut juga bermanfaat sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul dalam pasar.

Semua pedagang merupakan orang-orang baik, jika ada pedagang yang bersifat nakal maka akan dikeluarkan dari pasar dan dilarang untuk berjualan.¹⁷ Terkait dengan pembinaan dari

¹⁷ Saifuddin, *Ketua Pasar buah dan sayur di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh*, wawancara pada tanggal 11 Juli 2018

pemerintah pedagang disini tidak pernah mendapatkan pembinaan tentang bagaimana berperilaku sebagai pedagang Islam.¹⁸

Adapun yang menjadi faktor kendala terhadap pelaksanaan prinsip-prinsip etika bisnis di pasar peunayong adalah:

1. Tidak adanya standar moral bagi para pedagang
2. Adanya pedagang yang mengalami konflik kepentingan.
3. Tidak adanya pembinaan yang intensif yang dilakukan oleh dinas pasar kepada para pedagang kaki lima di pasar peunayong
4. Tidak berjalannya roda organisasi pasar secara efektif

C. Upaya Pemerintah Kota Banda Aceh dalam Penerapan Etika Bisnis Yang Sesuai Dengan Bingkai Syariat Islam di Pasar Penayong

Kesadaran pemerintah untuk pelan-pelan menggunakan sistem ekonomi yang berdasarkan pada syariat Islam sebenarnya telah terlihat. Penerapan sistem ekonomi Islam merupakan sebuah wujud kesadaran Pemerintah akan kegagalan sistem ekonomi kapitalis yang selama ini tidak menyebabkan kondisi ekonomi masyarakat menjadi membaik.

Sistem ekonomi kapitalis selama ini hanya menumbuhkan budaya yang merusak melalui persaingan bebas, tanpa aturan, bersikap individualis dan hedonisme yang tinggi bagi para pelaku ekonomi. Kesadaran terhadap menjalankan syariat Islam di Aceh dalam kehidupan ekonomi muslim berarti memiliki tanggungjawab

¹⁸ Samsul Bahri, *Ketua Pasar Ikan* di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh, wawancara pada tanggal 8 juli 2018.

untuk mengubah pola pikir dari sistem ekonomi kapitalis ke sistem ekonomi syariah¹⁹.

Kesadaran tersebut sudah selayaknya diterapkan ditengah-tengah kehidupan masyarakat, jangan sampai kesadaran tersebut hanya menjadi wacana semata. Penerapan etika bisnis Islam harus benar-benar diwujudkan dalam bingkai penerapan syariat Islam di Aceh karena hal tersebut memiliki pengaruh positif terhadap kehidupan masyarakat. Dimana masyarakat akan tercegah dari praktik-praktik seperti riba, curang dalam timbangan, penipuan, dan pelayanan yang tidak memuaskan untuk para pembeli. Contoh lain pelanggaran etika yang kerap ditemui di pasar adalah perkataan kotor antar para pedagang dalam melakukan interaksi satu dengan yang lain yang dilakukan secara sengaja maupun tidak disengaja, selain itu pedagang juga kerap terjebak dalam kasus riba karena ketidak jujuran dalam menjual barang dagangannya, seperti menipu modal seakan-akan pedagang membeli barang dengan harga mahal sehingga tidak bisa dikurangi saat terjadi tawar menawar antara pembeli dan pedagang, dan yang lebih parahnya lagi bahkan ada pedagang yang secara terang-terangan tidak menggunakan timbangan terhadap barang yang dijualnya.

Perdagangan dalam Islam pada dasarnya adalah perdagangan yang santun, ramah, bersih tidak kumuh, penuh kebersamaan dan penghormatan yang tinggi atas hak masing-masing serta tidak merusak lingkungan dan menyakiti hati serta

¹⁹ Abdullah Abdul Husen At Thariqi, *Ekonomi Islam, Prinsip, Dasar dan Tujuan*, (Yogyakarta: Magistra Insani Press, 2004).

merugikan orang lain, sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw sebagai seorang pedagang sukses. Bagi pedagang muslim seharusnya berpegang teguh pada sunnatullah, Allah Swt menjanjikan kesuksesan baik di dunia maupun di akhirat.²⁰

Dalam Islam sangat menjunjung tinggi nilai setiap usaha secara mandiri maupun bekerja pada orang lain dalam mencapai kesejahteraan dalam hidupnya. Dalam mencapai kesejahteraan tersebut hanya akan bisa dicapai dengan dua syarat, yaitu niat yang ikhlas dan cara melakukan yang sesuai dengan tuntunan syari'at Allah Swt supaya bisa mendapatkan ridha Allah Swt. Sesuatu yang diperbolehkan dalam konteks bisnis adalah bahwa usaha atau bisnis itu halal, sesuatu yang halal itulah yang mendatangkan berkah, tetapi disisi lain ada batasan yang harus ditinggalkan oleh manusia karena mengandung unsur kemudharatan sehingga haram kalau dilaksanakan. Karena usaha yang diperbolehkan dalam Islam adalah usaha yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.²¹

Dalam menjalankan bisnis, juga harus didasari dengan sebuah etika yang menerapkan nilai-nilai norma sebagai tata cara ideal pengaturan dalam pengelolaan usaha yang berlaku secara universal. Etika bisnis merupakan etika yang berlaku dalam kelompok para pelaku bisnis dan semua pihak yang terkait dengan eksistensi korporasi termasuk dengan para competitor.

²⁰ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2009), 259.

²¹ *Ibid.*, 195.

Melihat seluruh persoalan di atas, Aceh sebagai wilayah yang berstatus wilayah syari'at Islam masih belum dikatakan berhasil sepenuhnya menerapkan syari'at Islam di wilayah secara nyata. Masih kurang jika dibandingkan dengan nilai-nilai keunggulan yang diajarkan Rasulullah Saw melalui sifat dan prilaku Rasulullah Saw, yang telah menjadi abadi dan dapat menjadi basis perubahan dalam semua bidang kehidupan, nilai-nilai ini terwujud dalam empat sifat Rasulullah yang wajib diketahui dan diamalkan oleh umat Islam sepanjang zaman. Sifat-sifat Nabi Muhammad Saw, tersebut adalah siddiq, amanah, fathanah dan tabligh. Sifat atau etika merupakan persoalan moral yang mengkaji tentang perilaku secara kritis persoalan benar dan salah tentang bagaimana seharusnya bertindak dan berbuat.²²

Berangkat dari seluruh permasalahan yang dialami oleh para pedagang seharusnya pemerintah perlu melakukan perhatian khusus kepada para pedagang di pasar tradisional antara lain tentang penentuan harga, hal ini dikarenakan banyak sekali pedagang yang terjebak dalam riba dalam menentukan harga barang dan proses tawar-menawar dengan para pembeli.

Penentuan harga merupakan aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting dan harus diperhatikan, mengingat harga menentukan laku atau tidaknya sebuah produk atau jasa karena apabila salah dalam menentukan harga maka berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya.

²²At-Tahrir dan Suhaimi Razak, "Etika dan kode Etik Mujtahid", dalam *Jurnal Pemikiran Islam Nomor 2* (2008), 25.

D. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pengelolaan Usaha Pedagang Kaki Lima di Pasar Peunayong Kota Banda Aceh

Islam mendorong umatnya untuk mencari rizki yang berkah, mendorong berproduksi dan menekuni aktivitas ekonomi diberbagai bidang usaha, seperti pertanian, perkebunan, perdagangan, maupun industri.²³ Bekerja bagi setiap individu dapat memberikan pertolongan kepada kaum kerabatnya ataupun yang membutuhkan, ikut berpartisipasi bagi kemaslahatan umat, dan bertindak di jalan Allah dalam menegakan kalimat-Nya.

Para pedagang di pasar peunayong rata-rata bekerja sebagai pedagang kaki lima karena kebanyakan dari para pedagang tidak memiliki tempat usaha dan hanya memiliki modal kecil. Karena tidak memiliki jalan lain untuk mendapatkan rezeki, kecuali dengan usaha dan bekerja memaksakan para pedagang untuk bertahan berjualan dilapak-lapak yang resmi maupun ilegal yang berada di pasar peunayong.

Menurut ajaran dalam agama Islam, berdagang sebenarnya adalah sebuah usaha yang halal dan di anjurkan. Islam secara tegas menghalalkan jual beli, namun tentu saja untuk orang yang menjalankan usaha ada aturan mainnya yang mengatur bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dibidang perdagangan agar mendapatkan berkah dan ridha Allah Swt di dunia maupun di akhirat.

²³ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008).

Dalam pandangan Islam perdagangan merupakan aspek kehidupan yang dikelompokkan kedalam masalah mu'amalah, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan manusia yang bersifat horizontal. Terkait dengan hasil penelitian dalam skripsi mengenai etika telah ditemukan beberapa temuan tentang bagaimana etika sesama antara pedagang, etika pedagang dengan pembeli dan etika dalam menentukan harga²⁴.

Terkait dengan etika antara sesama pedagang dalam Islam dua tindakan seperti dalam melakukan persaingan dalam jual beli. Para pedagang telah menerapkan sistem promosi yang benar secara ajaran Islam. Dalam Islam promosi sebuah hal yang dibenarkan dalam perdagangan. Namun promosi tersebut tentu harus mengandung nilai kejujuran, transparan dan menjelaskan apa adanya kepada pembeli. Jika di dalamnya tidak terdapat unsur-unsur kebohongan dan penipuan dari segi kualitas maupun kuantitas maka baru strategi promosi itu dibenarkan dalam Islam.

Pada sisi lain hal yang harus diperhatikan oleh para pedagang adalah bahwa dalam melaksanakan profesinya ialah mengamalkan ajaran Islam, meyakini bahwa kehidupan di dunia merupakan jembatan untuk menuju kehidupan selanjutnya yang kekal dan abadi yakni kehidupan akhirat. Jika seorang pedagang telah benar-benar berpegang pada prinsip ini, maka seseorang pedagang tidak akan melakukan hal-hal yang menimbulkan dosa dalam perdagangannya.

²⁴ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, (Malang: Uin Malang Press, 2007).

Kemudian terkait dengan etika pedagang kaki lima dengan pembeli ada beberapa hal yang menjadi koreksi bagi para pedagang berdasarkan etika-etika yang telah Rasulullah Saw terapkan dahulu. Dalam menjalankan bisnisnya, Nabi Muhammad Saw selalu melaksanakan prinsip kejujuran (transparansi). Ketika sedang berbisnis, Nabi selalu jujur dalam menjelaskan keunggulan dan kelemahan barang yang dijualnya. Selain itu Nabi Muhammad Saw juga tidak pernah mengambil margin keuntungan yang sangat tinggi karena takut di tawar murah oleh para calon pembeli. Nabi Muhammad Saw hanya mengambil margin secukupnya saja karena barang-barang yang di jual Nabi lebih murah dari harga barang pedagang lainnya meski kualitas barangnya sama dengan barang pedagang lain yang menjual harga sangat tinggi²⁵.

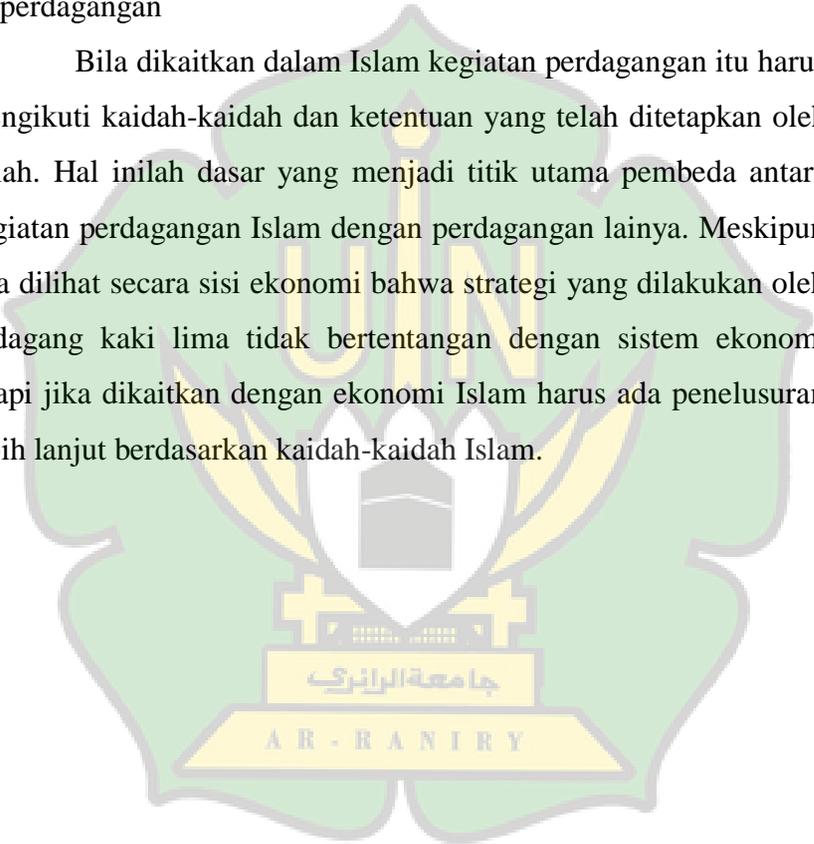
Dalam etika menentukan harga jual Nabi Muhammad Saw juga melakukan prinsip-prinsip persaingan sehat dan kompetitif yang mampu mendorong bisnis semakin efisien dan efektif. Ada beberapa kiat-kiat praktis yang harus dicontoh oleh pedagang khususnya antara lain:

- a. Tidak berbohong dan menipu barang yang akan di jual.
- b. Kepada pelanggan yang tidak mampu membayar kontan hendaknya diberikan waktu untuk melunasinya.
- c. Penjual harus menjauhi sumpah yang berlebihan, apalagi sumpah palsu untuk mengelabui pembeli

²⁵ Dawwabah, Asyraf Muhammad, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah, Imam GM, Nahwa Rajul A'mal Islam*, (Semarang: Pustaka Nuun, cet IV, 2008).

- d. Hanya atas kesepakatan bersama, atau dengan suatu usulan dan penerimaan antara kedua belah pihak, suatu bentuk transaksi barang akan sempurna.
- e. Penjual harus benar dalam timbangan dan takaran
- f. Larangan untuk melakukan transaksi monopoli dalam perdagangan

Bila dikaitkan dalam Islam kegiatan perdagangan itu harus mengikuti kaidah-kaidah dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Allah. Hal inilah dasar yang menjadi titik utama pembeda antara kegiatan perdagangan Islam dengan perdagangan lainnya. Meskipun bila dilihat secara sisi ekonomi bahwa strategi yang dilakukan oleh pedagang kaki lima tidak bertentangan dengan sistem ekonomi tetapi jika dikaitkan dengan ekonomi Islam harus ada penelusuran lebih lanjut berdasarkan kaidah-kaidah Islam.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bagian ini merupakan kesimpulan akhir dari pembahasan panjang berkenaan dengan etika pedagang kaki lima di pasar peunayong. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut;

1. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap pasar peunayong bahwa penerapan etika bisnis Islam secara umum belum dapat diterapkan dengan baik oleh para pedagang kaki lima di pasar peunayong. Hal ini terlihat dari jawaban para pedagang di pasar peunayong yang rata-rata tidak memiliki harga penjualan yang sama antara satu pedagang dengan pedagang lainnya.
2. Berdasarkan observasi lainnya terkait dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, para pedagang di pasar peunayong belum mampu menerapkan prinsip-prinsip tersebut secara menyeluruh. Hanya prinsip tanggungjawab saja saat ini yang sudah diterapkan oleh para pedagang. Sedangkan untuk prinsip keadilan, kehendak bebas, prinsip kebenaran belum secara menyeluruh dilakukan oleh para pedagang. Hal ini terlihat dari jawaban para pembeli dan berdasarkan observasi langsung peneliti ke lokasi penelitian. Selain itu pedagang di pasar peunayong belum juga menerapkan sifat kejujuran dalam melakukan

transaksi jual beli baik dari segi hal menawarkan barang maupun dalam hal takaran atau timbangan.

Ada beberapa kiat-kiat praktis berdagang yang sebenarnya telah di contohkan oleh Nabi Muhammad Saw, akan tetapi masih sering dilanggar oleh para pedagang kaki lima di pasar peunayong di antaranya:

1. Pedagang tidak boleh berbohong dan menipu barang yang akan dijual kepada pembeli.
 2. Kepada para pelanggan yang tidak mampu membayar kontan hendaknya tidak melakukan penawaran yang begitu murah.
 3. Penjual harus menjauhi sumpah yang berlebih-lebihan, apalagi sumpah palsu untuk mengelabui konsumen
 4. Hanya dengan kesepakatan bersama, atau dengan suatu usulan dan penerimaan antara kedua belah pihak, suatu bentuk transaksi barang akan sempurna.
 5. Penjual harus benar dalam timbangan dan takaran
3. Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan peneliti terhadap perilaku pedagang Kaki Lima di Pasar Peunayong peneliti menemukan beberapa pelanggaran etika yang di lakukan oleh pedagang baik secara sadar maupun tidak sadar diantaranya dalam etika melayani pembeli. Salah satu Contohnya adalah para pedagang tidak melakukan timbangan terhadap barang yang dijual nya, seperti dagang sayur-sayuran. Selain berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli mengungkapkan bahwa ada beberapa pedagang kaki Lima dalam transaksi jual beli melakukan pemaksaan terhadap pembeli untuk

membeli barang dagangannya. Hal ini berupa para pedagang langsung membungkus barang yang dijualnya meskipun belum mendapatkan kata sepakat oleh pembeli oleh karena itu, dengan sangat terpaksa para pembeli harus membeli barang dagangan tersebut walaupun sebenarnya tidak menginginkan.

4. Berdasarkan tiga point yang telah di pasarkan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa etika Pedagang Kaki Lima di Pasar Peunayong belum sesuai dengan etika bisnis Islam berdasarkan Syariat Islam di Aceh. Hal tersebut di pengaruhi oleh beberapa faktor sebagai salah satunya adalah tidak terpenuhinya unsur seperti prinsip-prinsip keadilan, kejujuran dalam berdagang dan tidak memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut;

1. Bagi pedandang pasar peunayong

Berdasarkan hasil penelitian pedagang di pasar peunayong di harapkan mampu menjual barang dengan harga yang sama sehingga tidak terjadi persaingan yang merugikan pedagang lainnya, bersikap adil dan jujur kepada semua pembeli. Para pedagang perlu meningkatkan sifat kejujuran baik dalam hal takaran dan timbangan, pedagang diharapkan selalu menggunakan timbangan ketika ada pembeli ingin membeli barang (tidak menggunakan insting atau sebatas menerka-nerka).

2. Bagi masyarakat maupun pembeli

Kesadaran dan peran masyarakat dalam hal ini adalah para pembeli juga di tuntut untuk mengerti dan memahami sistem etika bisnis Islam yang ditekankan pada transaksi jual beli. Sehingga kedepannya tidak ada lagi hambatan-hambatan yang menyebabkan kekecewaan, kerugian serta ketidakadilan yang di rasakan pembeli.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Dan Terjemahnya*, Yayasan Penyelenggara Penterjemah, Jakarta Timur: Pustaka Al-kautsar, 2009.
- Abdullah Abdul Husen At Thariqi, *Ekonomi Islam (Prinsip, Dasar dan Tujuan)*, Yogyakarta: Magistra Insani Press, 2004.
- Azwar Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- A.Mangun Hardjana, *Isme-Isme dalam Etika dari A sampai Z*, Yogyakarta: Pustaka Filsafat, 1997
- Agus Ariyanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- At-Tahrir dan Suhaimi Razak, “Etika dan kode Etik Mujtahid”, dalam *Jurnal Pemikiran Islam Nomor 2* (2008).
- Abdul Azis, *Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta, 2013
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2009.
- Burhan Bungin (ed), *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- , *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Roesdakarya, 2004.
- Buchari Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 1994.
- Cut Misna, *Aplikasi Hisbah dalam Pengawasan Pasar di Kota Banda Aceh (Suatu Analisis Hukum)*, Skripsi yang tidak dipublikasikan, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2013

- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit Dipenogoro, 2007.
- Dawwabah, Asyraf Muhammad, *Meneladani Keungulan Bisnis Rasulullah, Imam GM, Nahwa Rajul A'mal Islam*, Semarang: Pustaka Nuun, cet IV, 2008.
- Edwin Mustafa Nasution ddk, *Pengantar Eksekutif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2012
- Erni R. Ernawan, *Busines Etnics*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Faisal Badroen, dkk., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Hadi Susistro, *Metodelogi Reaserch*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001
- Hendri Subiakto, *Metode Penelitian Sosial, Analisis Isi, Manfaat, dan Metode Penelitiannya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- John Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: walisongo press. 2013
- Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT.Gramedia, 1981.
- Masyuri, *Sistem Perdagangan Dalam Islam*, Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi-Lipi, 2005.
- M. Ismail Yusanto dan M. Karebet widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Quran tentang Etika da Bisnis* Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.
- Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi*, Malang: Uin Malang Press, 2007.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Akedemi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004.

- Qanun Aceh Nomor 3 Tahun 2007 *tentang Pengaturan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima*, Bab I Ketentuan Umum.
- Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam*, Terj. Muhammad, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Ridwansyah, *Pendidikan Dasar Perbankan Syariah*. Lampung: Kumpulan Diklat Pembiayaan, 2009
- Rahmat Syafi'e, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Gravindo Persada, 2008.
- Siti Minakusnia, "*Prilaku Pedagang Pasar Tradisional Ngaliyan Semarang Dalam Perspektif Bisnis Islam*", Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, 2015.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*, Cet 19, Bandung: Alfbeta, 2013
- Shihab, M. Quraish, *Berbisnis Dengan Allah*, Tangerang: Lentera Hati, 2008.
- Tim Penyusun, *Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ushuluddin IAIN Ar-Raniry Banda Aceh*; Ushuluddin Publising, 2013.



DUKUMENTASI PENELITIAN PASAR PEUNAYONG



Bapak Saifuddin sebagai ketua pasar buah & sayur



Ishak seorang pedagang ikan di pasar peunayong



Rifki salah seorang pembeli di pasar peunayong



Ibu aisyah pedagang bumbu tampak tersenyum ketika di wawancarai



Ibuk Siti salah seorang pedagang rempah-rempah



Bapak Abdullah pedagang buah di pasar peunayong



Bang Andi salah satu pedagang yang selalu mengajak canda tawa pembeli



Bang Raja pedagang sayur-sayuran



Bang kiki salah seorang pedagang Ayam



Bapak M. Yakob bendahara pasar ikan di peunayong