

SKRIPSI

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TRANSAKSI
JUAL BELI DI PASAR JEURAM KECAMATAN
SEUNAGAN KABUPATEN NAGAN RAYA**



Disusun Oleh:

**SITI ZUBAIDAH
NIM. 180602206**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FALKUTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023 M/1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Siti Zubaidah
NIM : 180602206
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 10 April 2023

Yang Menyatakan,


Siti Zubaidah



LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

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

**Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pasar di
Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya**

Disusun Oleh:

Siti Zubaidah
NIM . 180602206

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

Pembimbing I,



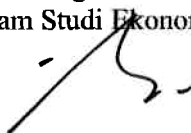
Dr. Fithriady, L.C., M.A.
NIP. 198008122006041004

Pembimbing II,



Rina Desiana, M.E.
NIP. 199112102019032018

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,



Dr. Nilam Sari, M.Ag.
NIP. 197103172008012007

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL

Siti Zubaidah
NIM . 180602206

Dengan Judul:

Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pasar di Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya

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

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 13 Maret 2023 M
10 sya'ban 1444 H

Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,


Dr. Fithriady, Lc., M.A.
NIP. 198008122006041004


Sekretaris,


Rina Desiana, M.E
NIP. 199112102019032018

Penguji I,


Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag
NIP. 1971103172008012007

Penguji II,


Dara Amanatillah, M, Sc
NIDN. 2022028705

Mengetahui

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


Dr. Haras Farqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009



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

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Siti Zubaidah

NIM : 180602206

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

E-mail : 180602206@student.ar-raniry.ac.id

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

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

Kontribusi Perempuan Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

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


Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 13 Maret 2023 M

Mengetahui,

Penulis,


Siti Zubaidah

NIM: 180602206

Pembimbing I,


Dr. Fithriyah, Lc., M.A.

NIP. 198008122006041004

Pembimbing II,


Rina Desiana, M.E.

NIP. 199112102019032018

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum.wr.wb

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas rahmat, taufik, dan hidayat-Nya. Shalawat beserta salam selalu turunkan kepada Rasulullah Saw. beserta keluarga dan ahli sahabat beliau yang telah mengajarkan umat manusia untuk menuju agama yang benar yakni agama Islam, serta telah membawa perubahan dari alam kebodohan ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya”.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan serta dorongan dari beberapa pihak, maka penulisan proposal ini tidak akan selesai. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan hingga proposal ini selesai dengan baik, khususnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Ayumiati, SE., M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, yang selalu

mendukung serta memberikan semangat dalam bidang akademik dan spiritual.

3. Hafizh Maulana, SP., S., HI., ME selaku ketua laboratorium dan Mursalmina, ME selaku sekretaris laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Dr. Fithriady, LC., M.A selaku pembimbing I dan Rina Desiana, M.E selaku pembimbing II yang tidak bosan-bosannya memberi arahan dan nasehat bagi penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Khairul Amri, S.E., M.Si selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah.
6. Seluruh staf dan dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah selama proses belajar mengajar.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua yang saya sayangi Ayahda Usman Hasan dan Ibunda Muthma Innah yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, pengorbanan, didikan, dukungan moral, finansial, motivasi dan doa yang tiada hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik, serta semua yang telah diberikan selama ini yang tidak ternilai harganya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Ekonomi Syariah.
8. Sahabat-sahabat tersayang khususnya Panji Setiawan Mahmud, Mursyida, Muliana, Riska Febriyanti, Wahyuni Aritonang, Suci Lestari, wulan Tisna, Intan Novia ZK dan Salsabila yang

selalu memberi masukan dan semangat, membantu dan memberi dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman-teman seperjuangan yaitu mahasiswa S1 Ekonomi Syariah atas segala dukungan yang pernah diberikan agar penulis bisa dengan cepat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada seluruh pihak-pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, arahan dan kerja sama demi kelancaran penulisan skripsi ini.

Terimakasih yang tidak terhingga kepada nama-nama yang telah disebutkan diatas. Penulis menyadari skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan, dan jauh dari kata sempurna, hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat berharap kritik dan saran dari pembaca untuk kemajuan skripsi ini dan dapat diambil manfaatnya.

Banda Aceh, 24 Mei 2022

Penulis,

A R - R A N I R Y

Siti Zubaidah

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

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

1. Konsonan

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

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa : كَيْفَ
Haula : هَوَّلَ

3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
◌ِأ	<i>Fathah dan ya</i>	Ā

ي	Fathah dan wau	Ī
يُ	Dammah dan wau	Ū

Contoh:

qala: قَالَ
rama: رَمَى
qila: قِيلَ
yaqulu: يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- Ta *Marbutah* (ة) hidup
Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.
- Ta *marbutah* (ة) mati
Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfal/raudatul atfal : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-madinah al-munawwarah/ : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-madinatul munawwarah

talhah :

طَلْحَة

Catatan:

Modifikasi

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



ABSTRAK

Nama : Siti Zubaidah
NIM : 180602206
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi
Jual Beli di Pasar Jeuram Kecamatan
Seunagan Kabupaten Nagan Raya
Pembimbing I : Dr. Fithriady, LC., M.A
Pembimbing II : Rina Desiana, M.E

Etika merupakan suatu tingkah laku yang tidak dapat dipisahkan dari setiap aktivitas manusia, begitu juga dalam jual beli yang dilakukan masyarakat di Pasar tradisional. Islam telah mengatur dan mengajarkan umatnya dalam berperilaku sehari-hari, termasuk dalam aktivitas jual beli. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana etika para pedagang di Pasar Jeuram dalam menjalankan usahanya apakah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam atau belum. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara. Informan penelitian ini pedagang ikan, pedagang sayur, dan pembeli di pasar Jeuram. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, penerapan etika jual beli yang dijalankan di pasar tradisional Jeuram Nagan Raya belum sepenuhnya diterapkan, terutama dari segi kejujuran, tidak menimbun barang dan mengutamakan kepuasan pelanggan yang masih mementingkan keuntungan semata.

Kata kunci: *Etika, Bisnis Islam, Jual Beli, Pedagang, Pasar Tradisional*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Etika Bisnis Dalam Islam	10
2.1.1 Aspek-aspek Etika Bisnis Islam	17
2.1.2 Prinsip Dasar Etika Bisnis Dalam Islam.....	22
2.1.3 Dasar Hukum Etika Bisnis Islam.....	24
2.1.4 Fungsi Etika Bisnis Islam	27
2.1.5 Konsep Bisnis Dalam Al-qur'an.....	28
2.1.6 Tujuan Etika Bisnis Islam.....	31
2.1.7 Manfaat Etika Bisnis Islam.....	32
2.2 Jual Beli	33
2.2.1 Pengertian Jual Beli	33
2.2.2 Dasar Hukum Jual Beli	35
2.2.3 Rukun dan Syarat Jual Beli.....	37
2.2.4 Etika Dalam Jual Beli	38
2.3 Pasar	40
2.3.1 Pengertian Pasar.....	40

2.3.2	Macam – macam Pasar	41
2.3.3	Bentuk-bentuk Risiko Pasar	44
2.3.4	Mekanisme Pasar	44
2.3.5	Keseimbangan Pasar	45
2.4	Faktor – faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis	46
2.5	Penelitian Terdahulu.....	48
2.6	Kerangka Berpikir	57
BAB III METODE PENELITIAN.....		59
3.1	Jenis Penelitian	59
3.2	Lokasi Penelitian	59
3.3	Subjek Dan Objek Penelitian	60
3.4	Sumber Data	62
3.5	Tehnik Pengumpulam Data	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	65
4.1.1	Gambaran Umum Kabupaten Nagan Raya.....	65
4.1.2	Gambaran Umum Pasar Jeuram	66
4.2	Hasil Penelitian.....	67
4.2.1	Gambaran Informan.....	67
4.2.2	Penerapan Etika Bisnis Islam Berdasarkan Etika Jual Beli di Pasar Jeuram.....	73
4.2.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Jeuram.....	87
4.2.4	Didukung Dengan Pendapat Akademisi.....	91
BAB V PENUTUP		93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN		100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terkait.....	52
Tabel 3.1 Informan	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	58
Gambar 4.1	Grafik Informan Berdasarkan Jenis Usaha.....	68
Gambar 4.2	Grafik Informan Berdasarkan Jenis Usia Pedagang	68
Gambar 4.3	Grafik Informan Berdasarkan Kelamin Pedagang	69
Gambar 4.4	Grafik Informan Berdasarkan Masa Kerja Pedagang	70
Gambar 4.5	Grafik Informan Berdasarkan Usia Pembeli	71
Gambar 4.6	Grafik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin Pembeli.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara Pedagang	100
Lampiran 2 Panduan Wawancara Pembeli	101
Lampiran 3 Panduan Wawancara Akademisi.....	102
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara	103



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Etika berasal dari Bahasa Yunani (ethos), yang dalam bentuk jamaknya (ta etha) berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada baik pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Sedangkan etika menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Moral, masih menurut kamus yang sama, memiliki beberapa definisi, yang pertama, moral adalah ajaran tentang baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban, dan lainnya, moral juga berkaitan dengan akhlak budi pekerti, susila. Kedua, moral adalah kondisi mental yang membuat orang tetap berani, bersemangat, bergairah, berdisiplin, dan lainnya. ketiga, moral adalah ajaran kesusilaan yang dapat dipetik dari suatu cerita (Nitisusastro, 2017).

Etika bisnis Islam dalam buku etika bisnis karangan Muhammad Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasisnya Al-qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam kegiatan bisnisnya. Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya

tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Nilai etik, moral, Susila atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia mejadi pribadi yang utuh, seperti kejujura, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan, dan cinta kasih. Jika nilai etika diterapkan dalam diri kita (Usman, 2022).

Etika memiliki fungsi penting dalam mengatur perilaku dan tata cara kehidupan manusia. Etika berfungsi sebagai standar yang menunjukkan tingkah laku yang membawa individu pada posisi tertentu dalam menetapkan sikap dan perilaku atas permasalahan ekonomi dan bisnis. Etika juga berfungsi sebagai standar untuk menilai dan menentukan kebenaran dan kesalahan atas tindakan dan perilaku diri sendiri serta Tindakan dan perilaku orang lain.

Dalam penerapan etika bisnis dapat dilakukan pada tiga tingkat. Yang pertama, pada tingkatan individual pegawai. Kedua, organisasi. Ketiga, masyarakat. Pada ketiga level bidang penerapan etika tersebut terkadang tidak sejalan, artinya terjadi konflik antara ketiganya. Karena ada saja perilaku yang bagus bagi pegawai perusahaan, akan tetapi belum tentu baik bagi perusahaan, atau sebaliknya. Begitu juga dengan perusahaan, baik bagi perusahaan tetapi belum tentu baik juga dimasyarakat. Disinilah etika bisnis punya peranan penting dalam mengharmonisasikan dan merekonsiliasi komponen yang berseberangan tersebut sehingga dapat penyataan sebagai “Good is Gold” (Badroen, 2015).

Ada beberapa definisi jual beli dalam Islam secara terminology yang didefinisikan para ulama diantaranya oleh ulama Hanafiyah member definisi dengan ‘saling menukarkan harta dengan harta melalui cara tertentu’, atau dengan kata lain ‘tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Beliau juga menjelaskan berdasarkan definisi diatas bahwa harta yang diperjualbelikan itu harus bermanfaat bagi manusia, misalkan menjual bangkai, darah, minuman keras itu tidak dibenarkan (Syaifullah, 2014) .

Pasar adalah tempat untuk jual beli barang dengan jumlah penjual yang lebih banyak atau biasa disebut juga pusat perbelanjaan atau pasar tradisional. Para ahli ekonomi mendeskripsikan pasar sebagai tempat berkumpulnya penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu. Sesuai juga dengan perkembangannya pasar juga dikenal dengan pasar tradisional atau pasar modern. Pasar tradisional identik dengan keramaian baik dari penjual atau pembeli, yang menggunakan manajemen tanpa perangkat teknologi modern dan mereka lebih memiliki golongan pedagang menengah kebawah dan tersebar, baik itu di kampung, kota kecil, atau kota besar dengan waktu operasi rata-rata dari pagi sampek sore hari. Sedangkan pasar modern pasar yang menggunakan teknologi modern, dimana pedagang dan konsumen dari kalangan menengah keatas, harga yang ditawarkan tetap dan sistem penawarannya sendiri (Kusnia, 2015). Berdasarkan data statistik yang dilakukan BPS (Badang

Pusat Statistik) pada tahun 2019 tercatat di Indonesia ada 15.657 pasar tradisional, 650 pusat pembelanjaan, dan 1.279 toko swalayan. Di Aceh tercatat 478 pasar tradisional, 7 pusat pebelanjaan, dan 12 toko swalayan (Badan Pusat Statistik, 2022).

Adapun salah satu pasar tradisional yang di Aceh yaitu pasar yang ada di Nagan Raya, yang di kenal dengan pasar Jeuram di Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya. Pasar yang menjadi pusat pembelanjaan bagi masyarakat sekitar. Kenapa Pasar Jeuram? Karena, tempatnya mudah dijangkau, dan pada saat mealukan penelitian tidak mengeluarkan banyak biaya. Pasar Nagan Raya pertama terbentuk pada 12 april 2002, yang merupakan hasil pemekaran dari Aceh Barat berdasarkan UU Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2002, Tentang Pembentukan Kabupaten Aceh Barat Daya, Kabupaten Gayo Lues, Kabupaten Aceh Jaya, Nagan Raya, Aceh Tamiang dan Nagan raya terdiri dari 10 kecamatan. Di Nagan Raya mempunyai sekitar lebih kurang 8 pasar yang lengkap menjual keperluan masyarakat (Perbup, 2002).

Berdasarkan observasi awal dari peneliti di pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya, di pasar tersebut memiliki bangunan seperti, Masjid, Rumah warga, Sekolah, Koramil, toko baju, toko kain, toko jam, toko sepatu, dan masih banyak toko-toko lainnya. Pasar Jeuram juga menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar misalkan beras, telur, dan minyak. Di Pasar juga menyediakan kebutuhan lainnya, seperti berbagai macam ikan,

daging, sayur, baju, sepatu, buah-buahan jam dan masih banyak sebagainya. Seiring berjalannya waktu pembangunan pasar semakin baik dan bagus, dan toko-tokonya semakin banyak, sehingga bangunan toko-toko memadati pasar Jeuram.

Berdasarkan dari hasil wawancara awal peneliti dengan pembeli yang ada di pasar Jeuram didapatkan informasi bahwa masih ada pedagang yang melakukan kecurangan. Seperti yang terjadi pada pembeli yang bernama Mursyida beliau mendapatkan ikan yang kurang bagus yang dicampur dengan ikan segar dengan harga yang sama, dengan ikan segar tersebut bertujuan untuk menutupi kecacatan dari ikan lain sehingga membuat konsumen kecewa dengan pedagang tersebut. Kecurangan juga terjadi pada salah satu pembeli sayur yang bernama Nurul Ambia beliau merasa dirugikan dengan penetapan harga sayur dimana sayur yang sudah layu dengan sayur yang masih segar sama, sehingga membuat pembeli Nurul Ambia tidak merasa puas dalam membeli kebutuhannya (wawancara, 2022).

Dalam penelitian Azizah (2016) yang berjudul Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Menjelaskan bahwa penerapan etika jual beli di pasar tradisional celancang belum berjalan secara efektif dan belum sepenuhnya sesuai dengan ajaran islam. Dimana masih terdapat kecurangan para pedagang dalam mencampuri kualitas barang yang baik dengan kualitas barang yang sudah tidak baik. Dimana para pedagang juga memainkan timbangan, ukuran yang menyebabkan

jual beli yang dijalankan tidak atas kejujuran semata. Adapun persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang etika dalam jual beli dalam perspektif Islam dan juga terdapat persamaan dalam metode penelitian yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun perbedaan dari penelitian penulis adalah lokasi yang diteliti oleh penulis.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di permasalahan isu yang terkait di pasar Jeuram, dimana masyarakat tidak mendapatkan kepuasan dalam transaksi jual beli yang dilakukan oleh para pedagang. Dimana dalam pasar masih banyak kecurangan yang dilakukan pedagang untuk menutupi kecacatan barang dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Seperti yang di rasakan konsumen pasar Jeuram dalam berbelanja sayuran, dan ikan yang tidak segar lagi. Karena fenomena tersebut maka membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan mendalam tentang **“Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya?
2. Faktor-faktor Apa Saja Yang Mempengaruhi Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui bagaimana Penerapan Etika Bisnis Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya.
2. Untuk mengetahui Faktor-faktor Apa Saja Yang Mempengaruhi Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini terbagi dua yaitu terioritis dan praktis, dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Terioritis
 - Terioritis itu untuk pemberdaya hazanah pengetahuan terkait dengan etika bisnis Islam.

- Teritoritis untuk menambah referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat praktis

- Bagi masyarakat

Peneliti berharap semoga penelitian ini bisa memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang etika bisnis yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

- Bagi peneliti

Adapun manfaat bagi peneliti secara pribadi yaitu, mampu memahami serta dapat memeberikan wawasan yang luas dan mendapatkan pengalaman baru dan menambah pengetahuan peneliti tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli.

1.5 **Sistematika pembahasan**

Penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu:

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

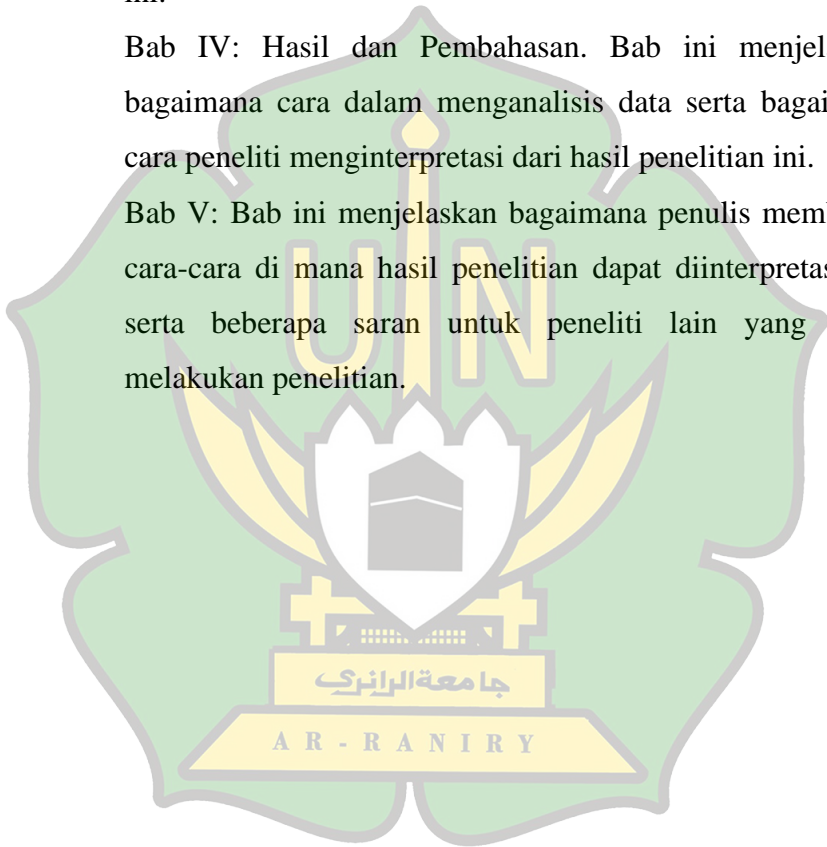
Bab II: Landasan Teori. Bab ini terdiri dari teori-teori sebagai hasil dari studi pustaka yang akan menjadi landasan bagi peneliti dalam melakukan pembahasan dan pengambilan kesimpulan yang terdiri dari konsep dasar etika bisnis Islam, penegertian transaksi jual beli, dasar

hukum jual beli, hal-hal yang tidak dibolehkan dalam jual beli.

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

Bab IV: Hasil dan Pembahasan. Bab ini menjelaskan bagaimana cara dalam menganalisis data serta bagaimana cara peneliti menginterpretasi dari hasil penelitian ini.

Bab V: Bab ini menjelaskan bagaimana penulis membahas cara-cara di mana hasil penelitian dapat diinterpretasikan, serta beberapa saran untuk peneliti lain yang ingin melakukan penelitian.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Etika Bisnis Dalam Islam

Etika berasal dari Bahasa Yunani (ethos), yang dalam bentuk jamaknya (ta etha) berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada baik pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Sedangkan etika menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Moral, masih menurut kamus yang sama, memiliki beberapa definisi, yang pertama, moral adalah ajaran tentang baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban, dan lainnya, moral juga berkaitan dengan akhlak budi pekerti, Susila. Kedua, moral adalah kondisi mental yang membuat orang tetap berani, bersemangat, bergairah, berdisiplin, dan lainnya. Ketiga, moral adalah ajaran kesusilaan yang dapat dipetik dari suatu cerita (Nitisusastro, 2017).

Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau satu generasi ke generasi yang lain. kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan. Sasaran etika adalah moralitas, moralitas adalah istilah yang dipakai untuk

mencangkup praktek dan kegiatan yang membedakan apa yang baik dan apa yang buruk. Aturan-aturan yang mengendalikan kegiatan itu dan nilai- nilai yang timbul didalamnya yang dipelihara atau dijadikan sasaran oleh kegiatan praktek tersebut (Aziz, 2013).

Menurut Supratman struktur istilah etika sering digunakan dalam tiga perbedaan yang terkait, berarti merupakan pola umum atau jalan hidup, seperangkat aturan atau kode moral dan yang terakhir pendalam tentang jalan hidup dan aturan-aturan perilaku dan dasar-dasar moral. Maka pengetahuan etika menurut filsafat adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui oleh pikiran.

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik dijunjung tinggi atau diperbuat. Etika yang baik itu mencangkup antara lain (Anoraga, 2011):

1. Kejujuran: mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
2. Ketepatan: janjinya selalu tepat, maksudnya tepat menurut isi janji(ikral), waktu, tempat dan syarat.
3. Loyalitas: setiap pada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetianya, setia kepada organisasinya, pimpinannya, rekan-rekannya, bawahannya, relasi, dan anggaran rumah tangganya.

4. Disiplin: tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.

Pada dasarnya etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika adalah teori tentang perilaku perbuatan manusia dipandang dari nilai baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal (Muthmainnah, 2019). Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antara individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan meningkatkan standar hidup dan lainnya.

Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis berasal dari bahasa Inggris (*business*), dari kata dasar *busy* yang artinya “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang yang sibuk yang melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri tiga penggunaan, tergantung skupnya. Penggunaan siguklar, kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis, penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya “bisnis pertelvisian”. Penggunaan yang paling

luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunistas penyediaan barang dan jasa (Rachman, Setyawan, & Rahmi, 2018).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha. Adapun dari pandangan Straub dan Atter bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Adapun yang dimaksud dengan barang adalah suatu produk yang memiliki wujud, sedangkan jasa adalah aktivitas pelaku bisnis lainnya yang tidak berwujud. Bisnis juga dipahami sebagai suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau lembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang jasa guna mendapatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial. Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, keuntungan memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal didalam bisnis. Dari uraian diatas, bisa didefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti suatu prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis

harus komitmen dalam bertransaksi, berperilaku baik, guna untuk mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat (Sari, 2017).

Menurut Johan Aifin etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam makna lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna untuk mencapai tujuan bisnisnya dengan sukses dan lancar. Demikian, maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. yang dimaksudkan adalah agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat hal yang benar dalam berbisnis yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas (Agam, 2014).

Sedangkan etika bisnis juga dapat dikatakan merupakan penerapan tanggung jawab sosial suatu bisnis yang timbul dari dalam perusahaan itu sendiri, dan selalu berhubungan dengan masalah-masalah etis dalam melakukan kegiatannya sehari-hari (Rachman, Setyawan, & Rahmi, 2018). Ada beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai tujuan umum dari studi etika bisnis, diantaranya adalah menanamkan kesadaran akan adanya dimensi dalam bisnis, memperkenalkan argumentasi-argumentasi moral dibidang ekonomi dan bisnis serta cara penyusunannya dan membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam

menjalankan profesi. Jadi dengan demikian, ketiga tujuan tersebut diharapkan bisa bekerja secara profesional demi mencapai produktivitas kerja yang optimal (Muthmainnah, 2019).

Pengertian etika bisnis Islam menurut para ahli antara lain sebagai berikut (Usman, 2022):

1. Muhammad Djakfar

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-qur'an dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.

2. Muslich

Menurut Muslich, etika bisnis Islam adalah landasan normatik yang bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-qur'an dan sunnah Nabi Muhammad SAW, sehingga jadi acuan untuk pelaku bisnis untuk menjalankan atau mengelola bisnis secara alami.

3. Ali Hasan

Menurut Ali Hasan, etika bisnis Islam merupakan ahklak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.

4. A.A Hanafi dan Hamid Salim

Definisi etika bisnis Islam adalah nilai-nilai etika Islam yang secara khusus mengenai aktivitas bisnis yang terdiri dari enam prinsip utama, yaitu tentang kebenaran,

kepercayaan, kejujuran, ketulusan, pengetahuan dan keadilan.

5. Asep Maulana Rohimat.

Menurut Asep pengertian etika bisnis Islam adalah perilaku seorang pebisnis yang harus disesuaikan dengan aturan-aturan syariat Islam saat melakukan kegiatan bisnisnya. Sehingga hasil dari bisnis yang dilakukannya adalah harta atau materi yang halal dan tohib.

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

Etika dalam perspektif Islam adalah Islam menempatkan nilai etika ditempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia seperti yang disebut dalam hadis:” aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”. Terminologi paling dekat

dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (imam). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika.

Konsep etika dalam Islam tidak relatif, akan tetapi mutlak dan abadi. Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Al-Quran memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi dan bebas dari kecurigaan dan penipuan, seperti keharusan membuat administrasi dalam transaksi kredit, Syed Nawab Haidar Naqvi dalam buku, "Etika dan Ilmu Ekonomi : suatu sintesis Islami", memaparkan empat aksioma etika ekonomi, yaitu, tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab (Nawatmi, 2010).

2.1.1 Aspek-aspek Etika Bisnis Islam

Secara normative, Al-qur'an relatif memberikan lebih banyak prinsip-prinsip mengenai bisnis yang bertumpuh pada kerangka penanganan bisnis sebagai pelaku ekonomi tanpa membedakan kelas mengajak dan mengamalkan tuntunan-tuntunannya. Al-qur'an sering kali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis yaitu jual beli, untung rugi, piutang dan sebagainya. Berdasarkan uraian diatas, kajian ini akan berupaya prinsip-prinsip etika bisnis dalam perspektif Islam, yaitu etika bisnis yang mengedepankan nilai-nilai Al-qur'an.

Maksudnya, menolak anggapan bahwa bisnis hanya merupakan aktivitas duniawi yang terpisah dari persoalan etika dan disisi lain akan mengembangkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Al-qur'an, dimaksudkan untuk mendapatkan landasan praktek mal bisnis yang dapat dijadikan tolak ukur etis tidak hanya aktivitas bisnis. Oleh karena itu untuk mendapatkan wawasan yang luas dan mendalam akan dipaparkan aspek-aspek etika bisnis Islam.

Menurut Putra (2013) aspek-aspek etika bisnis Islam diantaranya sebagai beriku:

1. Tauhid (kesatuan)

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika bisnis adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) tuhan. Konsep tauhid merupakan dimensi vertical Islam yang menghubungkan institusi-institusi sosial yang terbatas dan tak sempurna dengan dzat yang sempurna dan tak terbatas. Hubungan ini dipengaruhi oleh penyerahan tanpa syarat manusia dihadapan-nya dengan menjadikan keinginan, ambisi serta perbuatannya tunduk pada perintah-nya.

2. Keseimbangan (keadilan)

Untuk memahami konotasi sosial yang utuh dari konsep keseimbangan atau kesajajaran dalam Islam, harus dicatat bahwa lawan kata al-'adl adalah zulm, yang artinya ketidak sejajaran sosial dalam arti bahwa sumber daya masyarakat mengalir dari yang miskin kepada yang

kaya, ini tidak dibenarkan dalam Islam. Dengan demikian, ketika ditegaskan bahwa Islam menuntut keseimbangan atau kesejajaran, penegasan itu mencakup tidak hanya kepada hal yang jelas, di mana kekuatan-kekuatan ekonomi dan sosial harus benar-benar sejajar, tetapi juga wilayah yang berdampingan dengan hal tersebut dimana kekuatan-kekuatan ini tidak sejajar. Tetapi syaratnya adalah, bahwa suatu mekanisme harus disediakan untuk memulihkan keadaan menjadi sejajar.

Berkaitan dengan dimensi vertikal Islam yang ditunjukkan dengan prinsip kesatuan, maka prinsip keseimbangan atau kesejajaran membentuk dimensinya yang bersifat horizontal. Ini menuntut pengaturan ulang atas berbagai elemen kehidupan agar bisa menghasilkan dispensasi ekonomi terbaik. Perlu dicatat di sini bahwa, tidak seperti penggunaan dalam ilmu ekonomi dan matematika, kata kesejajaran secara normatif berbeda dalam karakter. Sebagaimana kesatuan sifat kesejajaran juga terbentuk sejak semula pada diri Tuhan yang juga Maha Adil -pemberi kesejajaran.

3. Kebebasan / kehendak bebas

Dalam pandangan Islam manusia terlahir memiliki kehendak bebas, yakni dengan potensinya menentukan pilihan diantara pilihan-pilihan yang beragam. Karena kebebasan manusia tidak dibatasi dan bersifat voluntaris

(kemauan). Maka dia juga memiliki kebebasan untuk mengambil pilihan yang salah. Sedangkan untuk kebaikan diri manusia sendirilah memilih pilihan yang benar

4. Tanggung jawab

Konsep tanggung jawab dalam Islam secara komprehensif ditentukan dalam dua aspek yaitu; pertama, tanggung jawab menyatu dengan status kekhalfahan manusia, yaitu keberadaannya sebagai akil Tuhan di muka bumi, maka tetapi sebagaimana disebutkan terdahulu, status kekhalfahan ini lebih merupakan sebutan (keadaan yang bersifat potensial) dari pada suatu fakta (keadaan yang sudah terwujud). Kedua, konsep tanggung jawab dalam Islam pada dasarnya bersifat suka rela dan tidak harus di campuradukkan dengan pemaksaan. Sebab hal itu ditolak sepenuhnya oleh Islam. Dalam prinsip ini terdapat pengorbanan, tetapi bukan pengorbanan kesengsaraan akan tetapi pengorbanan tindakan memberi dihubungan dengan proses menjadi pribadi yang lebih baik. Inilah keadaan di mana seorang individu akan memandang berada dalam kepentingannya sendiri, karena kadar moral dan pertimbangan-pertimbangan non uang meningkat dalam kesadaran.

Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semuanya itu perlu adanya pertanggung jawaban atas apa yang telah pembisnis lakukan, baik itu pertanggung jawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang ada pada etika bisnis Islam. Dijelaskan sebagai berikut (Juliyani, 2016):

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan mencocokkan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islam. Caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk bernama etika bisnis.
3. Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-

nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-qur'an dan Sunnah.

2.1.2 Prinsip Dasar Etika Bisnis Dalam Islam

Ada lima prinsip yang mendasari etika bisnis dalam Islam yaitu (Nawatmi, 2010):

1. Kesatuan (*unity*)

Tauhid merupakan sikap dasar seorang muslim yang menjadikan Allah sebagai satu-satunya yang berhak disembah dan dipatuhi segala perintah serta larangannya. Allah sebagai tujuan utama bagi umat muslim. Dengan begitu, segala bentuk aktivitas muamalah harus kembali kepada Allah sebagai tujuan utamanya, termasuk dalam aktivitas bisnis. Tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang homogen, konsisten, dan teratur (Rachman, Setyawan, & Rahmi, 2018).

2. Keseimbangan (*equilibrium*)

Islam diperintahkan untuk berbuat adil, tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Keseimbangan atau keadilan juga menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan pada alam semesta. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan (jalan hidup) merupakan prinsip etis

mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis.

3. Kebebasan Berkehendak (*free will*)

Kebebasan yang dimaksud adalah bebas memilih atau bertindak sesuai etika atau sebaliknya: “dan katakanlah (Muhammad) kebenaran itu datangnnya dari tuhanmu, barang siapa yang menghendaki (beriman) hendaklah ia beriman dan barang siapa yang menghendaki (kafir) biarlah ia kafir”. (QS. 18:29). Jadi, jika seseorang menjadi muslim maka ia harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah.

4. Tanggung Jawab (*responsibility*)

Merupakan bentuk pertanggung jawaban atas setiap tindakan. Prinsip pertanggung jawaban menurut Sayyid Quthb adalah tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat satu dengan masyarakat yang lainnya.

5. Kebenaran (*benevolence*)

Kebenaran disini juga meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksudnya adalah niat, sikap dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditi, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan.

Masalah ekonomi dalam Islam adalah masalah menjamin berputarnya harta di antara manusia agar dapat

memaksimalkan fungsi hidupnya sebagai hamba Allah untuk mencapai falah di dunia dan akhirat. Hal ini berarti bahwa aktivitas ekonomi dalam Islam adalah aktivitas bersama, bukan individual. Prinsip-prinsip ekonomi Islam yang sering disebut dalam berbagai literature ekonomi Islam dapat dirangkum menjadi empat hal, yaitu:

1. Menjalankan usaha-usaha yang halal
2. Implementasi zakat
3. Penghapusan/pelarangan riba
4. Dan pelarangan maisir

Dapat disimpulkan bahwa ketika ada istilah ekonomi Islam, yang berarti beraktivitas ekonomi menggunakan aturan dan prinsip Islam, dalam aktivitas ekonomi manusia, maka ia merupakan ibadah manusia dalam berekonomi. Dalam Islam tidak ada sisi kehidupan manusia yang tidak ada nilai ibadahnya, sehingga tidak ada sisi hidup dan kehidupan manusia yang tidak diatur dalam Islam (Dahruji & Permata, 2018).

2.1.3 Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya aturan mengenai perilaku ekonomi diatur didalam Al-qur'an. Jadi secara etika Al-qur'an mengatur kegiatan ekonomi dalam bidang produksi, konsumsi, distribusi dan sirkulasi. Hukum Allah dalam Al-qur'an terbagi menjadi dua bagian diantaranya terang dan samar. Hukum yang sama ditemukan oleh umat Islam di Zaman Rasulullah telah dijelaskan lewat sunnah.

Setelah Al-qur'an, sunnah merupakan aturan kedua yang mengatur perilaku manusia. Sunnah adalah praktek-praktek yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW, serta ucapan-ucapannya. Keterangan yang ada dalam sunnah memiliki formasi yang lebih operasional yang merupakan bentuk praktek dari konsep-konsep Al-qur'an. Sunnah menguraikan bagaimana tata cara zakat, bentuk kerja sama ekonomi, perdagangan, pembelanjaan harta dan lain-lainnya.

Pandangan Al-qur'an tentang bisnis dan etika bisnis dari sudut pandang isinya, lebih banyak membahas tema-tema tentang kehidupan manusia baik pada tataran individual maupun kolektivitas. Hal ini dibuktikan bahwa, tema pertama dan terakhir dalam Al-qur'an sebagai sumber ajaran Al-qur'an umumnya memiliki sifat yang umum, karena itu diperlukan upaya dan kullifikasi tertentu agar dapat memahaminya (Sari, 2017).

Menurut Syafira (2021) mempelajari etika dari sudut pandang agama Islam, tentunya tidak lepas dari dasar hukum atau aturan yang menjadi payungnya, atas ketentuan yang mengatur hubungan hidup umat Islam di Dunia. Baik hubungan dengan Allah, maupun dengan sesama manusia. Aturan yang pokok bagi pedoman hidup umat Islam mengacu pada Al-qur'an dan Hadist Nabi (Rassulullah Muhammad SAW).

1. Al-Qur'an

a. QS. An-Nisa [4] ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

artinya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat diatas menjelaskan tentang larangan tegas mengenai memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan bathil. Maksud dari memakan harta sendiri dengan cara yang bathil adalah membelanjakan hartanya pada maksiat. Memakan harta orang lain dengan cara bathil ada beberapa caranya diantaranya memakan dengan jalan riba, judi, menipu, menganiaya (Taufiq, 2018).

2. Hadist

a. Hadist tentang ajaran kejujuran

Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagan dan pembeli masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. Hal ini sesuai dengan Hadist Nabi sebagai berikut:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا صَدَقًا وَبَيْنَنَا بُرْكَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا حُجِّمَتْ بَرَكَهُ بَيْنَهُمَا

Artinya:

“Kedua orang penjual dan pembeli masing-masing memiliki hak pilih (khiyar) selama keduanya belum berpisah. Bila keduanya berlaku jujur dan saling terus terang, maka keduanya akan memperoleh keberkahan dalam transaksi tersebut. Sebaliknya, bila mereka berlaku dusta dan saling menutup-nutupi, niscaya akan hilanglah keberkahan bagi mereka pada transaksi itu.” (HR. Bukhari no. 2079 dan Muslim no. 1532)

Dari Hadist diatas dapat diketahui bahwa kejujuran merupakan pondasi yang sangat penting bagi pelaku bisnis. Betuk kejujuran adalah seorang pembisnis harus berkomitmen dalam jual belinya dengan berlaku terus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati, hingga Allah memberikan keberkahan dalam jual belinya, dan mengangkat derajatnya di Surga kederajat para Nabi, orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati syahid (Mursidah, 2017).

2.1.4 Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang ada dalam etika bisnis Islam. Adapun fungsi etika bisnis Islam sebagai berikut (Sari, 2017):

1. Etika bisnis berupa mencari cara untuk menyelaraskan dan menyelesaikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islam. Cara biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualisasi, yang kemudian merangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
3. Etika bisnis, terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan suatu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Yang berarti bahwa yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunah.

2.1.5 Konsep Bisnis Dalam Al-qur'an

1. Bisnis yang menguntungkan

Dalam pandangan Al-qur'an bisnis yang menguntungkan itu mengandung tiga elemen dasar, yaitu:

- a. Investasi modal yang sebaik-baiknya

Menurut Al-qur'an tujuan dari seluruh kegiatan manusia hendaknya diniatkan untuk mengharapkan ridha dari Allah, karena yang mencari keridhaan Allah ini

adalah summum bonum dari seluruh kebaikan. Dengan demikian maka investasi milik dan kekayaan seseorang itu dalam hal yang benar tidak mungkin untuk dilewatkan penekanannya. Dengan kata lain, investasi terbaik adalah jika ia ditunjukkan untuk mencapai ridha Allah.

Investasi yang baik juga bisa berbentuk cara meringankan, melonggarkan dan para pengutang yang benar-benar tidak mampu mengembalikan hutang tersebut tidak dilakukan secara tertulis. Perilaku seorang kreditor yang demikian dianggap sebagai sesuatu perdagangan yang sangat menguntungkan. Sabar atas rasa sakit yang menimpa fisik dan acaman mental sebagai akibat dari adanya pemaksaan dan pengusiran dari sebuah Negeri, serta tabah terhadap semua ancaman, peperangan dan pembunuhan karena membela kebenaran, itu juga dalam Al-qur'an dianggap sebagai sebuah investasi yang menguntungkan.

b. Keputusan yang sehat

Agar bisnis sukses dan menghasilkan untung, hendaknya dalam berbisnis didasari dengan keputusan yang sehat, bijaksana dan hati-hati. Nanti hasil yang akan dicapai dengan mengambil keputusan yang sehat dan bijak ini akan nyata, tahan lama, bukan hanya merupakan bayang-bayang dan sesuatu yang tidak kekal. Menurut dalam Al-qur'an, bisnis yang menguntungkan adalah sebuah

bisnis yang keuntungannya bukan hanya terbatas untuk kehidupan di dunia ini, akan tetapi keuntungannya itu bisa dinikmati di akhirat dengan keuntungan yang berlipat ganda. Didalam Al-qur'an dijelaskan bahwa kenikmatan yang ada di Dunia tidaklah sebanding dengan kegiatan yang ada di akhirat nanti.

Usaha untuk mencari keuntungan yang demikian banyak dengan cara-cara bisnis yang tidak baik dan menimbulkan satu kemelaratan, yang mungkin juga telah terjadi di dunia ini. Jadi, menurut dalam Al-qur'an bisnis yang menguntungkan adalah bukan hanya dengan melakukan ukuran yang benar dan timbangan yang tepat, akan tetapi dengan menghindari segala bentuk dan praktek-praktek kecurangan dan korupsi itu juga bisa menguntungkan.

c. Perilaku yang benar

Perilaku yang baik mengandung kerja yang baik sangatlah dihargai dan dianggap sebagai suatu investasi yang benar-benar menguntungkan. Karena hal itu akan menjamin adanya kedamaian di dunia dan juga diakhirat nanti.

Bisnis dalam Al-qur'an dikategorikan kedalam tiga kelompok bisnis yang menguntungkan, bisnis yang merugikan, dan pemeliharaan prestasi, hadiah dan hukuman, pertama bisnis yang menguntungkan

mengandung tiga elemen dasar yaitu mengetahui investasi yang paling baik, membuat keputusan yang logis, sehat dan masuk akal, mengikuti perilaku yang baik. Kedua bisnis yang merugikan bisnis ini merupakan kebalikan dari bisnis yang menguntungkan. Ketiga pemeliharaan prestasi hadiah, dan hukuman (Sari, 2017).

2.1.6 Tujuan Etika Bisnis Islam

Dalam melakukan etika bisnis Islam tentu memiliki tujuan yang memang sudah diatur dan sudah ditentukan dengan sebaik mungkin, berikut tujuannya (Usman, 2022):

1. Membangun kode etik yang Islami

Kode etik ini nantinya akan bisa untuk mengatur, mengembangkan, dan merencanakan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol untuk melindungi pelaku bisnis dari resiko.

2. Menjadi dasar hukum

Kode etik ini bisa menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan diatas segalanya adala pertanggung jawabannya terhadap Allah SWT.

3. Menyelesaikan perselisihan

Kode etik ini memiliki persepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan konflik atau kerugian yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.

4. Meningkatkan Ukhuwah Islamiah

Kode etik ini juga dapat memberikan kontribusi dalam menyelesaikan banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja. Sebuah hal yang mampu membangun persaudaraan atau ukhuwah dan kerja sama antara mereka semua yang terlihat.

2.1.7 Manfaat Etika Bisnis Islam

Tujuan utama bisnis pada dasarnya adalah mengejar keuntungan dan omset yang besar. Keuntungan adalah pendapatan atau sesuatu yang diinginkan paling mendasar dari sebuah bisnis untuk keberlangsungan usahanya, untuk meningkatkan perkembangan bisnis. Keuntungan merupakan hal yang baik dan dapat diterima oleh semua kalangan. Yang paling mendasar tujuan bisnis Islam adalah keberkahan dan manfaat bagi orang lain yang sangat memerlukan dari kegiatan yang dilakukan.

Alasan etika bisnis untuk membentuk kesadaran moral bagi para pelaku bisnis dan memberikan batasan-batasan atas tindakan yang dapat menghancurkan bisnis yang baik. Tujuan dari etika bisnis Islam adalah persaingan yang sehat, menerapkan kinerja yang unggul, mengatur wilayah kerja menjalin hubungan kerja dengan

mitra bisnis, menerapkan sistem transparansi tanpa menutupi nutupi.

Etika bisnis Islam penting karena demi kemakmuran ekonomi rakyat dan keberlangsungan peradaban manusia bagi kemajuan suatu bangsa. Etika bisnis islam melalui pendekatan Al-qur'an mengandung beberapa kunci, yaitu (Usman, 2022):

1. Tauhid, tidak mempersekutukan Allah dengan apapun, hanya ada satu Tuhan yang Maha Esatidak beranak dan diperanakan, Dialah Allah Swt.
2. Iman, keyakinan dalam hati, diucapkan dengan perkataan dilisan, diamalkan dengan anggota badan, bertambah dengan melakukan ketaatan.
3. Islam, adalah menyerahkan diri sepenuhnya tundak dan patuh pada perintah Allah serta pasrah menerima dengan ihklas ketentuan dan hukum-hukum Allah.
4. Ihsan, kesempurnaan.
5. Taqwa, kepercayaan dan menyakini sepenuh hati akan Allah SWT, membernakan dan takut akan Allah.

2.2 Jual Beli

2.2.1 Pengertian Jual Beli

Jual beli di dalam bahasa arabnya disebut dengan al-bay', Artinya tukar menukar atau saling menukar. Sedangkan menurut terminologi adalah tukar menukar harta atas dasar suka sama suka. Sedangkan menurut Ibn Qudamah yang dikutip oleh Rahmad

Syafei jual beli adalah tukar menukar harta untuk saling dijadikan hak milik. Jadi dapat disimpulkan bahwa, pengertian jual beli menurut bisnis syariah adalah tukar menukar barang antara dua orang atau lebih dengan dasar suka sama suka, untuk saling memiliki. Dengan transaksi jual beli, penjual berhak memiliki uang secara sah, sedangkan pembeli berhak memiliki barang yang dia terima dari penjual. Kepemilikan masing-masing pihak dilindungi oleh hukum (Mujiatun, 2013).

Menurut istilah terminologi yang dimaksud dengan jual beli adalah sebagai berikut:

1. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
2. Pemilikan harta dengan jalan tukar menukar yang sesuai dengan aturan syara'.
3. Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (tasharruf) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara'.

Jual beli menurut lughawiyah adalah saling menukar (pertukaran). Kata Al- bai' (jual) dan Asy syiraa (beli) dipergunakan biasanya dalam pengertian yang sama. Dua kata ini masing-masing memiliki makna dua yang satu sama lain bertolak belakang. Menurut pengertian syariat, jual beli adalah pertukaran harta atas dasar saling rela, atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat digunakan (Madaniyah, 2019).

2.2.2 Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum jual beli adalah al- Qur'an dan al- hadist, sebagaimana disebutkan dalam surah Al-baqarah ayat 275:

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

Artinya:

"Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya". (Q.S.Al-baqarah : 275).

Dalam tafsir Ibn Katsir menjelaskan bahwa Allah maha mengetahui segala hakikat dan kemaslahatan perseolan, apa yang bermanfaat bagi hamba-hambanya maka, Allah akan memperbolehkannya bagi mereka, dan apa yang membahayakan bagi hambanya, maka Allah akan melarangnya bagi mereka. Kasih sayang untuk hambanya lebih besar dari seorang ibu terhadap anaknya. Untuk yang sudah memakan riba dan samapai kepadanya peringatan, jika dia menyesali perbuatannya maka Allah mengampuni dosanya terdahulu (Madaniyah, 2019).

Berdasarkan ayat tersebut Allah dengan tegas menyebutkan bahwa perbuatan riba itu suatu perbuatan yang dilarang dan akan mendapatkan balasan yang amat pedih diakhirat nanti. Allah telah menghalalkan jual beli kepada hamba-hambanya dengan baik dan melarang praktek jula beli yang menghandung riba (Susiawati, 2017). Berkaitan dengan jual beli, Rasulullah SAW pernah ditanya oleh salah satu sahabatnya mengenai pekerjaan yang baik, maka jawaban beliau ketika itu adalah jual beli.

Di jelaskan dalam hadist dibawah ini:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ الْكُسْبِ أَطْيَبُ؟
قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya :

“Dari Rifa’ah ra. Ia berkata, bahwasanya Rasulullah SAW pernah ditanya: Usaha apakah yang paling halal itu (ya rasulullah)? Maka beliau menjawab, “yaitu pekerjaan seseorang dengan tanganya sendiri dan setiap jual beli itu baik”. (HR. Imam Bazzar, Imam Hakim menyahihkan dari Rifa’ah Ibn Rafi’).

Dari Hadist diatas, maka dijelaskan bahwa hukum jual beli adalah jaiz (boleh). Namun tidak menutup kemungkinan perubahan status jual beli sendiri, semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli (Mursidah, 2017).

2.2.3 Rukun dan Syarat Jual Beli

Menurut Imam Nawawi dalam syarah al-Muhadzab rukun jual beli meliputi tiga hal, yaitu (Siswadi, 2013):

1. Akid adalah pihak-pihak yang melakukan transaksi jual beli, yang terdiri dari penjual dan pembeli. Baik itu merupakan pemilik asli, maupun orang lain yang menjadi wakil dari sang pemilik asli. Sehingga dia memiliki hak dan otoritas untuk mentransaksikannya.
2. Ma'qun 'Alaihi (objek akad). Harus jelas bentuk, kadar dan sifat-sifatnya dan diketahui dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Jadi, jual beli barang yang samar, yang tidak dilihat oleh penjual dan pembeli atau salah satu dari keduanya, maka dianggap tidak sah.
3. Shighat (ijab qabul), ijab adalah perkataan dari penjual. dan qabul adalah ucapan dari pembeli. Dimana dalam perkataan tersebut terdapat persesuaian maksud meskipun berbeda lafaz.

Syarat sahnya penjual dan pembeli sebagai berikut:

1. Baligh berakal agar tidak mudah ditipu orang.
2. Beragama Islam, syarat ini khusus untuk pembeli dalam benda-benda tertentu.
3. Ada benda atau barang yang diperjual belikan
4. Tidak mubazir (pemborosan)

Syarat sahnya barang yang dijual belikan, diantaranya;

1. Harus suci dan tidak terkenak dengan najis, seperti anjing, babi dan kotoran hewan.
2. Tidak boleh mengkait-kaikan dengan sesuatu, seperti apa bila ayahku meninggal aku akan menjual motor ini.
3. Tidak boleh dibatasi waktunya, penjual tidak boleh menginsyarkan atau ketentuan untuk membayar, karena hak itu merupakan hak dari pembeli karena itu salah satu sebab kepemilikannya.
4. Barang dapat diserahkan setelah kesepakatan akad.
5. Barang yang diperjual belikan milik sendiri.
6. Barang yang diperjual belikan dapat diketahui (dilihat).
7. Barang yang diperjual belikan dapat diketahui kualitasnya, beratnya, takarannya, dan ukurannya (Shobirin, 2015).

2.2.4 Etika Dalam Jual Beli

Etika merupakan salah satu hal yang sangat penting yang harus dimiliki oleh setiap individu terutama bagi para pembisnis atau pedagang dalam menjalankan kegiatan usahanya. Etika menjadi penting dalam jual beli sehingga menjadi suatu berkah. Seperti etika yang di terapkan Rasulullah SAW. Beliau telah mengajarkan beberapa etika dalam berjual beli sesuai dengan syariat, yaitu (Malahayati, 2010):

1. Jujur dalam menjelaskan produk, dengan kata lain kejujuran adalah syarat fundamental dalam kegiatan jual

- beli. Rasulullah SAW sangat menganjurkan kejujuran yang salah satunya dalam aktivitas jual beli.
2. Suka sama suka, dalam permintaan dan penawaran harus adanya suka sama suka dan tidak ada yang merasa terpaksa dalam suatu harga yang telah ditetapkan. Sebab itu berlakunya hak milik, artinya hak pilih bagi salah satu atau kedua pihak yang melaksanakan transaksi yang telah disepakati sesuai dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi.
 3. Tidak menipu takaran, ukuran dan timbangan. Dalam perdagangan, timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan.
 4. Tidak menipu barang (ihtikar), ihtikar adalah menimbun barang menumpuk dan menyimpan barang ada masa tertentu dengan tujuan agar harganya suatuseaat akan naik dan memperoleh keuntungan yang besar. Di sini Rasulullah SWa melarang keras perilaku jual beli yang dilakukan seperti itu.
 5. Mengutamakan kepuasan pelanggan, dapat dikatakan bahwa ketekunan dan kesungguhan Rasulullah SAW dalam berbisnis sangat baik.
 6. Toleran, toleran membuka kunci rezeki dan saran hidup agar menjadi tenang. manfaat toleran adalah mempermudah pergaulan, mempermudah urusan jual beli serta mempercepat kembalinya modal. Allah SWT

mengasihi orang yang lapang sabar dalam menjual, membeli, serta melunasi hutang.

2.3 Pasar

2.3.1 Pengertian Pasar

Pasar merupakan suatu tempat dimana bertemunya antara penjual dan pembeli, dalam hal ini penjual merupakan suatu pemegang transaksi yang diminan, banyak para pelaku bisnis dalam hal ini antaranya, pedagang melakukan banyak hal untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Dalam ekonomi Islam menganjurkan transaksi antara penjual dan pembeli mengimplementasikan prinsip jual beli yaitu suka sama suka atau rela sama rela. Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku bisnis. Bagi seorang muslim nilai-nilai ini adalah sebagai refleksi dari keimanannya kepada Allah SWT, bahkan Rasulullah memerankan dirinya sebagai *muhtasib* di pasar (Rachman, Setyawan, & Rahmi, 2018).

Pengertian tentang pasar menurut peraturan manteri dalam negeri adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melaksanakan transaksi, sarana interaksi sosial budaya masyarakat, dan pengembangan ekonomi masyarakat. Disisi lain pengertian pasar menurut Said Sa'ad Marthon bahwa pasar adalah sebuah

mekanisme yang dapat mempertemukan pihak penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga. Sedangkan syarat utama terbentuknya pasar adalah adanya pertemuan antara penjual dan pembeli baik dalam satu tempat maupun dalam tempat yang berbeda. Pasar juga merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia (Aliyah, 2017).

Secara sederhana pasar juga dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Maksud dari pengertian tersebut adalah pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual dan pembeli bertemu. Didalam pasar ini terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa. Pengertian lain dari pasar adalah bahwa pembeli dan penjual tidak harus bertemu disuatu tempat untuk melakukan transaksi, tetapi cukup melalui sarana elektronik. Dalam pengertian tersebut pasar memiliki lokasi atau tempat tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi. Dalam pengertian ini, pasar dapat terjadi disembarang tempat melalui sarana dan prasarana yang ada saat ini (Kasmir, 2006).

2.3.2 Macam – macam Pasar

1. Pasar Tradisional

Santoso (2017) menyatakan pasar tradisional adalah pasar yang kegiatan para penjual dan pembelinya dilakukan secara

langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar tradisional adalah pasar yang tumbuh dan berkembang dimasyarakat dengan perdagangan sebagai besar adalah orang pribumi. Menurut Feriyanto (2006), pasar tradisional tersebut sebagian besar muncul dari kebutuhan masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk menjual barang yang dihasilkan serta konsumen yang membutuhkan barang-barang tertentu untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Pasar tersebut mempunyai fungsi yang positif bagi peningkatan perekonomian daerah yaitu:

1. Pasar sebagai pusat pengembangan ekonomi rakyat.
2. Pasar sebagai sumber retribusi daerah.
3. Pasar sebagai tempat pertukaran barang
4. Pasar sebagai pusat perputaran uang daerah
5. Pasar sebagai lapangan kerja.

Ciri-ciri pasar tradisional, yaitu:

1. Pasar tradisional dimiliki, dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah.
2. Adanya sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Tawar menawar ini adalah salah satu budaya yang terbentuk di dalam pasar.
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama. Meskipun semua berada pada lokasi yang sama, barang dagangan setiap penjual menjual barang yang berbeda-beda.

4. Sebagian besar barang dan jasa yang ditawarkan berbahan lokal. Barang dagangan yang dijual di pasar tradisional ini adalah hasil bumi yang dihasilkan oleh daerah tersebut.

2. Pasar modern

Menurut Sabatiny dan Maetini (2018) pasar modern sebenarnya tidak berbeda jauh dari pasar tradisional, namun dipasar modern ini ataran penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli hanya melihat label harga yang tercantum di barang tersebut, dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual selain bahan makanan, seperti buah, sayur, daging, sebagian besar barang lain yang dijual adalah barang yang bisa bertahan lama. Menurut Sinaga (2006), pasar modern adalah pasar yang pengelolaanya dikelola secara modern, umumnya terdapat dikawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya masyarakat kelas menengah keatas). Contohnya, swalayan, supermarket, mall dan lain-lainnya.

Ciri-ciri pasar modern, yaitu:

1. Pembeli dan penjual tidak bertransaksi secara langsung.
2. Tidak terjadi kesepakatan atau tawar-menawar harga antara penjual dan pembeli.

3. Konsumen umumnya masyarakat kelas menengah ke atas.
4. Kepemilikan dikuasai oleh swasta nasional maupun swasta asing.

2.3.3 Bentuk-bentuk Risiko Pasar

Fahmi (2016) menyatakan risiko pasar merupakan kondisi yang dialami oleh suatu perusahaan yang disebabkan oleh perubahan kondisi dan situasi Pasar diluar dari kendali perusahaan. Risiko Pasar sering disebut juga sebagai risiko menyeluruh, karena sifat umumnya adalah bersifat menyeluruh dan dialami oleh seluruh perusahaan.

Risiko pasar secara umum ada 2 bentuk yaitu:

1. Risiko pasar secara umum (general market risk)
2. Risiko pasar secara umum ini dialami oleh seluruh perusahaan yang disebabkan oleh suatu kebijakan yang dilakukan oleh lembaga terkait yang mana kebijakan tersebut mampu memberikan pengaruh bagi seluruh sektor bisnis.
3. Risiko pasar secara spesifik (specific market risk)

Risiko pasar secara spesifik adalah suatu bentuk resiko yang hanya dialami secara khusus pada satu sektor atau Sebagian bisnis saja tanpa bersifat menyeluruh.

2.3.4 Mekanisme Pasar

Dalam Islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, Islam

menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai Syariah, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Hal ini tentu saja bukan hanya kewajiban personal pelaku pasar tetapi juga membutuhkan intervensi pemerintahan. Untuk itulah maka pemerintah mempunyai peranan yang penting dan besar dalam menciptakan pasar yang Islami, sebagaimana ditunjukkan oleh adanya hisban pada masa rasulullah dan sesudahnya.

Mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang ia sukai. Ibn Taymiyah menempatkan kebebasan pada tempat yang tinggi bagi individu dalam kegiatan ekonomj, walaupun beliau juga memberikan batasan-batasannya. Selain itu juga diperlukan kerjasama saling membantu antara masyarakat satu dengan masyarakat yang lain untuk mewujudkan kesejahteraan bersama. Segala sesuatu itu boleh dan sah dilakukan sampai ada larangan khusus yang bertentangan dengan Syariah Islam, khususnya dalam hal penipuan dalam hal-hal yang merugikan (Juliansyah, 2011). Pasar yang di maksud dalam penelitian ini adalah tempat terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung seperti yang ada di pasar ikan dan sayuran, di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya.

2.3.5 Keseimbangan Pasar

Di pasar, harga yang dikehendaki penjual cenderung tinggi karena mereka yang selalu menginginkan keuntungan sebesar mungkin. Tetapi harga yang dikehendaki pembeli cenderung

rendah karena keinginan pembeli yang selalu menginginkan harga semurah mungkin untuk menghemat pengeluarannya. Dari perbedaan antara harga penjual dan pembeli maka terlaksananya proses jual beli terjadilah tawar menawar harga hingga dicapai suatu kesepakatan harga dari penjual dan pembeli. Harga yang disepakati bersama antara penjual dan pembeli itu pada dasarnya merupakan titik temu antara harga yang dikehendaki antara si penjual dan si pembeli. Titik temu tersebut yang dianggap sebagai titik keseimbangan antara harga penjual dan pembeli, harga yang disepakati penjual dan pembeli disebut sebagai harga keseimbangan.

Di dalam ilmu ekonomi hubungan antara penjual dan pembeli yang melahirkan transaksi jual beli dapat disebut pasar. Harga yang terjadi atas kesepakatan penjual dan pembeli itu dapat juga disebut harga pasar. Dengan kata lain, harga keseimbangan juga disebut sebagai harga pasar. Terbentuknya harga keseimbangan dari proses tawar menawar kemudian dicapai titik keseimbangan antara harga penjual dan harga pembeli yang melahirkan harga keseimbangan (Sugiharsono & Wahyuni, 2019).

2.4 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Etika Bisnis

Dari penelitian ini peneliti menemukan 2 faktor yang mempengaruhi etika bisnis, yaitu:

1. Faktor pengetahuan

Pengetahuan adalah fakta, kebenaran atau informasi yang diperoleh melalui pengalaman atau pembelajaran. Pengetahuan adalah informasi yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan juga diartikan berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pengetahuan terlihat pada seseorang menggunakan akal budinya untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Namun kenyataan yang peneliti temui di pasar Jeuram masih ada pedagang yang tidak mengetahui etika dalam jual beli yang benar.

2. Faktor budaya

Budaya adalah keseluruhan sikap dan pola perilaku serta pengetahuan yang merupakan suatu kebiasaan yang diwariskan dan dimiliki suatu anggota masyarakat tertentu. Budaya memengaruhi banyak aspek kehidupan, diantaranya agama, adat istiadat, politik, bahasa, pakaian, bangunan, hingga karya seni. Jadi, kebudayaan merupakan sesuatu yang akan memengaruhi tingkat pengetahuan dan meliputi gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu sifat abstrak.

2.5 Penelitian Terdahulu

Adapun kajian pustaka peneliti telah memperoleh 7 penelitian yang telah ada. Kelima jurnal penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian di antaranya:

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

Anidawati (2014) *Implementasi etika pedagang menurut perspektif ekonomi Islam (studi pada Kasar Pelita Kecamatan Kubu Babusalam kabupaten Rokan Hilir)*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Islam telah mengatur etika perdagangan dengan sangat jelas, baik yang diperoleh maupun yang dilarang. Dalam kajian ini salah satunya adalah Pasar Pelita yang menjadi pusat perbelanjaan bagi masyarakat kecamatan Kubu Babusalam. Pasar ini menjual berbagai macam dagangannya yang bersifat primer dan sekunder. Namun dalam kasus Pasar Pelita yang menjadi objek penelitian ini adalah dimana praktik perdagangan

terdapat banyak hal yang tidak sesuai dengan etika perdagangan dalam Islam. Salah satunya menjual barang di atas harga pasar sehingga pembeli/konsumen tidak mengetahui adanya kecacatan produk tersebut. Selain itu para pedagang menutupi kecacatan suatu barang agar dagangannya dapat terjual dengan cepat.

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

Azizah (2016) *Etika Jual Beli di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Berdasarkan penelitian ini, semua manusia dalam kehidupannya memiliki keinginan untuk hidup tenteram. Salah satu yang dapat mewujudkan ketenteraman itu adalah transaksi perdagangan yang dilakukan atas dasar kejujuran dan keadilan dengan tujuan agar

terhindar dari segala kecurangan dalam pasar. Namun fenomena yang terjadi di pasar saat ini, para penjual menghalalkan segala cara untuk memperoleh keuntungan yang tinggi seperti kecurangan pedagang teri, di atasnya teri yang bagus namun di bawahnya hanya kepala teri saja serta kecurangan pedagang buah, selalu mencampurkan kualitas yang baik dengan kualitas tidak baik. Para pedagang memainkan timbangan, ukuran atau kekurangan lainnya karena permintaan semakin banyak. Sehingga transaksi demikian harus ditindak lanjuti secara serius.

Muthmainnah (2019) *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Islam telah mengatur etika perdagangan dengan sangat jelas, baik yang diperoleh maupun yang dilarang. Manusia dalam kehidupannya juga memiliki keinginan untuk hidup tenang. Yang mewujudkan ketenangan adalah dengan cara transaksi perdagangan yang dilakukan atas dasar kejujuran dan keadilan dengan tujuan agar terhindar dari kecurangan dalam Pasar. Tetapi fenomena yang terjadi di pasar saat ini, para penjual menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi seperti yang dilakukan pedagang ikan, yang mencampurkan ikan yang segar dengan ikan sudah tidak segar lagi. Tetapi ada juga penjual yang menerapkan prinsip etika bisnis Islam seperti mereka yang lebih mengutamakan niat ibadah kepada Allah dan jujur dalam menawarkan barang yang diperdagangkan.

Umi Mursidah (2017) *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat*. Dalam penelitian ini, semua manusia dalam kehidupannya memiliki keinginan untuk hidup tenteram. Salah satu yang dapat mewujudkan ketentraman itu adalah transaksi perdagangan yang dilakukan atas dasar kejujuran dan keadilan dengan tujuan agar terhindar dari segala kecurangan dalam pasar. Namun kenyataanyang terjadi penerapan etika bisnis Islam di Pasar Betung belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggung jawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas dan prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Masih banyak para pedagang yang menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada para pembeli, dan pedagang juga masih memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual, dan pedagang di Pasar Betung juga belum menerapkan sifat kejujuran dalam melakukan transaksi jual beli baik dari segi menawarkan barang maupun dalam hal takaran dan timbangan. Hingga transaksi seperti ini harus ditindak lanjuti.

Agam Santa Atmaja (2014) *Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pada Pedagang Muslim Dipasar Kaliwungu Kendal*. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa jumlah pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kendal sebanyak 869 orang. Etika bisnis Islam relavan diterapkan

pada setiap pedagang khususnya para pedagang di pasar pagi Kaliwungu Kedal, berdampak positif bukan hanya sebatas keuntungan bagi pedagang saja, akan tetapi berdampak pula pada para konsumen, suplier, dan produsen. Adanya dampak langsung penerapan etika dalam perspektif ekonomi Islam di pasar pagi Kaliwungu Kendal secara nyata terlihat dan para pedagang tetap mendapatkan keuntungan dengan menerapkan etika bisnis dalam usahanya.

Tabel 2.1
Penelitian terkait

No	Judul penelitian (peneliti, tahun)	Metode penelitian	Hasil penelitian
1	Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha Studi Kasus Pasar Butung Makasar (Irna Sari, 2017).	Kualitatif Deskriptif	Dalam penelitian ini menyatakan bahwa aktivitas para pedagang dalam melaksanakan kegiatannya dalam berdagang hanya untuk sekedar mencari keuntungan saja, tanpa memperhatikan nilai-nilai keislaman. Namun sebagai para pedagang ada yang menerapkan dan ada yang mengetahui namun belum menerapkan.
2	Implementasi Etika Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada Pasar	Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa para perdagang belum sepenuhnya menjalankan etika bisnis

No	Judul penelitian (peneliti, tahun)	Metode penelitian	Hasil penelitian
	Pelita Kecamatan Kubu Babusalam Kabupaten Rokan Hilir (Anidawati, 2014).		Islam, dimana para pedagang masih melakukan kecurangan seperti mengurangi timbangan, kurangnya keramahan serta melakukan penimbunan barang.
3	Implementasi Aspek-aspek Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Jogjakarta (Helmi Rahmatullah, 2016).	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini yaitu, pada kenyataannya masih terdapat banyaknya para pedagang pelaku bisnis yang mengabaikan etika bisnis Islam serta memonopolikan harga, yaitu dengan menjual barang yang lebih murah serta yang menyebabkan para pedagang lain terkena imbasnya.
4	Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif ekonomi Islam (Azizah, 2016).	Kualitatif Deskriptif	Adapun hasil dari penelitian ini adalah penerapan etika jual beli di pasar tradisional celancang belum berjalan secara efektif dan belum sepenuhnya sesuai dengan ajaran Islam. Dimana masih terdapat kecurangan para pedagang dalam mencampuri kualitas barang yang baik dengan kualitas

No	Judul penelitian (peneliti, tahun)	Metode penelitian	Hasil penelitian
			<p>barang yang sudah tidak baik. Para pedagang juga memainkan timbangan, ukuran yang menyebabkan jual beli yang dijalankan tidak atas kejujuran semata.</p>
5	<p>Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh (Muthmainnah, 2019).</p>	<p>Kualitatif Induktif</p>	<p>Berdasarkan hasil dari penelitian di pasar tradisional Peunayong yang diperoleh, di mana para pedagang belum sepenuhnya menjalankan prinsip etika yang sesuai dengan bisnis Islam. Selain itu kurangnya keramahan bagi para pembeli sehingga kenyamanan yang di rasakan menjadi berkurang dalam membeli suatu barang. Terlihat dari jawaban para pembeli yang kurang puas terhadap pelayanannya. Di sisi lain hanya beberapa prinsip etika bisnis Islam yang dijalankan yang sesuai dengan ajaran agama Islam, seperti mereka yang lebih mengutamakan niat ibadah kepada Allah dan jujur dalam</p>

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Judul penelitian (peneliti, tahun)	Metode penelitian	Hasil penelitian
			menawarkan barang yang diperdagangkan.
6	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat (Umi Mursidah, 2017)	Kualitatif Deskriptif	Hasil dari penelitian ini, penerapan etika bisnis Islam di Pasar Betung belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip tanggung jawab saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas dan prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Hal ini terlihat dari jawaban para pembeli dan berdasarkan hasil observasi yang didapatkan oleh peneliti, masih banyak para pedagang yang menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada para pembeli, dan pedagang juga masih memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual, dan pedagang di Pasar Betung juga belum

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Judul penelitian (peneliti, tahun)	Metode penelitian	Hasil penelitian
			menerapkan sifat kejujuran dalam melakukan transaksi jual beli baik dari segi menawarkan barang maupun dalam hal takaran dan timbangan.
7	Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pada Pedaganag Muslim Di Pasar Pagi Kaliwungu Kendal (Agam Santa Atmaja, 2014)	Kualitatif Deskriptif	Sebagaimana hasil dari penelitian ini, menemukan dari beberapa pedagang tersebut mendapatkan keuntungan dan seberapa lama pedagang tersebut bisa bertahan untuk mengelola usahanya di pasar pagi Kaliwungu Kendal, loyalitas konsumen juga ikut membawa keuntungan bagi para pedagang, bukan hanya mendapatkan keuntungan yang bersifat duniawi saja. Akan tetapi juga keuntungan akhirat, seperti para pedagang menggunakan uang hasil dari dagangannya untuk menunaikan ibadah haji, membayar zakat, infaq, sedekah, dan lain-lainnya. Juga kebaikan-kebaikan

Tabel 2.1-Lanjutan

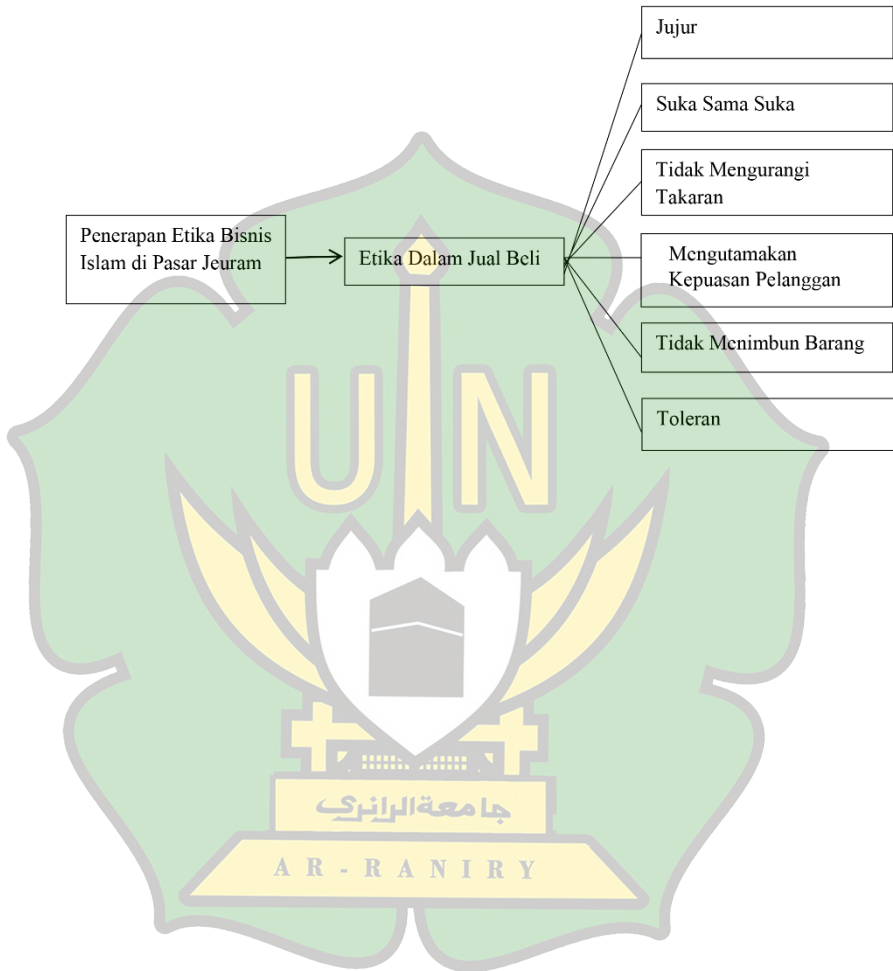
No	Judul penelitian (peneliti, tahun)	Metode penelitian	Hasil penelitian
			amaliyah yang di aplikasikan oleh para pedagang dari keuntungan yang didapatnya pada saat berdagang.

Berdasarkan beberapa penelitian diatas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini, dimana persamaan dari penelitian ini dengan penelitian di atas adalah sama-sama memakai metode Kualitatif dan pembahasan yang diteliti yaitu mengenai penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya. Adapun perbedaan dari penelitian ini dari penelitian di atas adalah permasalahan yang ingin diteliti, dimana penelitian ini fokus kepada penerapan etika bisnis Islam kepada para pedagang yang ada di pasar Jeuram dan perbedaannya juga terletak di lokasi yang ingin diteliti.

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model dari konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Adapun kerangka berpikir dari penelitian ini secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Creswell (Semiawan, 2010) mendefinisikan sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Tujuan penelitian kualitatif adalah memahami pandangan individu, mencari temuan dan menjelaskan proses, dan menggali informasi mendalam tentang subjek atau latar penelitian yang terbatas. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan suatu metode yang bertujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. (Putria, dkk, 2010).

Pada penelitian ini peneliti bermaksud untuk melihat fakta atau pengamatan di lapangan terkait penerapan etika bisnis Islam pada pedagang di pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Nagan Raya, penelitian ini dilakukan mulai bulan Desember 2022.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sarana dalam penelitian. Yang menjadi lokasi penelitian ini adalah pasar

Kecamatan Seunagan Nagan Raya, pasar Seunagan merupakan salah satu pasar terbesar dan terlengkap di Nagan Raya yang memenuhi kebutuhan dalam belanja bagi masyarakat sekitar.

3.3 Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek adalah Bahasa tertentu yang sering digunakan dalam penulisan akademik. Setiap individu, kelompok atau organisasi yang memiliki kepentingan besar dalam hasilka diidentifikasi oleh apapun yang dekat dengan mereka secara pribadi atau berfungsi sebagai topik penelitian yang penting. Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya menjadi topik dalam penelitian ini.

Jumlah pedagang yang berjualan di pasar Jeuram samapi belum ada data yang pasti, mungkin sekitar kurang lebih 130 pedagang dengan berbagai jenis. Tehnik yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah tehnik criterion sampling. *Criterion sampling* adalah bertujuan mendapatkan informasi/kasus yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Jadi, dalam penelitian ini informan yang akan di wawancarai sebanyak 10 orang dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pedagang ikan dan sayur.
2. Pedagang yang sudah berjualan lebih dari 4 tahun.
3. Pedagang yang berusia 25-70 tahun.

Karakteristik informan pembeli yang dipilih:

1. Usia pembeli 20-60 tahun.
2. Bukan pelanggan tetap.
3. Jenis kelamin perempuan.

Karakteristik informan akademisi yaitu:

1. Ahli dalam bidang pemasaran dan etika bisnis Islam.

Tabel 3.1
Informan

JENIS INFORMAN	INFORMAN	JUMLAH INFORMAN
Informan Pendukung	Akademisi	1
Informan utama	Pedagang	10
Informan Kunci	Pembeli	10
	Jumlah	21

Objek dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah benda, orang atau sesuatu yang dijadikan sebagai bahan pembicaraan. Fokus suatu penelitian, menurut ungkapan lain adalah objek penelitian jika kita memikirkan objek penelitian, objek ini akan dikembangkan dan dianalisis oleh peneliti berdasarkan teori-teori yang sejalan dengan objek penelitian (Saiful, 2020). Sehingga objek temuan penelitian ini adalah Informan pedagang dari pasar yang ingin diteliti, Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya.

3.4 Sumber Data

Untuk mengetahui segala kegiatan perdagangan di pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Nagan Raya, maka diperlukan sumber data yang akurat dan dapat dipercaya. Yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Pada penelitian ini sumber datanya yaitu:

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti (atau petugas) dari sumber pertama. Contohnya hasil wawancara, data mentah yang akan diproses untuk tujuan dengan kebutuhannya.
2. Data sekunder adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Atau data yang disusun dalam bentuk dokumen-dokumen (F Awal, 2016:44). Dalam penelitian ini di peroleh dari hasil pengumpulan dokumen-dokumen, buku-buku ilmiah yang berhubungan dengan etika bisnis Islam yang sedang penulis jalankan. Kemudian digunakan jurnal-jurnal yang ada dengan menyebutkan nama aslinya.

3.5 Tehnik Pengumpulam Data

1. Observasi

Observasi yang dilakukan dalam penelitian adalah pengamatan. Secara umum pengertian observasi adalah cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara

sistematis terhadap fenomena-fenomena yang dijadikan objek pengamatan. Pada penelitian ini peneliti akan melakukan observasi terhadap penerapan etika bisnis Islam di pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Nagan Raya.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mengetahui dan untuk melengkapi data dan upaya memperoleh data yang akurat dan sumber data yang tepat. Wawancara adalah cara mencari informasi atau data melalui interaksi lisan, wawancara memungkinkan kita menyusub ke dalam “alam” pikiran orang lain, yang berhubungan dengan perasaan, pikiran, pengalaman, pendapat dan lainnya yang tidak bisa diamati. Yang tujuannya dengan mengambil data ini agar mendapatkan informasi yang akurat (Ditha Prasanti, 2018 :17). Terkait etika perdagangan yang ada di pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Nagan raya. Teknik wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur, di mana menyediakan pertanyaan pertanyaan yang ada dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang tepat dan akurat. Adapun yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pedagang ikan dan pedagang sayur yang ada di pasar Jeuram Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya.

3.6 Instrumen Penelitian

Intrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya untuk mengumpulkan data agar kegiatannya tersebut menjadi sistematis dan mudah. Seperti camera, telepon genggang untuk recorder, pensil, pulpen, dan buku. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat bantu seperti telepon genggam (untuk foto, dan merekam suara) dan kertas pertanyaan.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Nagan Raya

Kabupaten Nagan Raya adalah sebuah kabupaten di provinsi Aceh dengan ibu kota Suka Makmue, yang berjarak sekitar 287 km atau setara dengan 6 jam perjalanan dari Banda Aceh. Kabupaten Nagan Raya berdiri berdasarkan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2002, hasil dari pemekaran Kabupaten Aceh Barat. Kabupaten Nagan Raya terdiri dari 10 kecamatan, 30 mukim dan 222 gampong. Secara umum Kabupaten Nagan Raya memiliki luas 3.544,90 km² atau setara 5,86% dari luas wilayah Provinsi Aceh.

Kabupaten Nagan Raya berada di Pantai Barat Sumatera yang subur dan sangat cocok bagi para petani, khususnya pada yang berpusat di Kecamatan Seungan, Seunagan Timur dan Beutong. karena didukung oleh aliran sungai Krueng Beutong dan Krueng Nagan yang mengalir di daerah tersebut sehingga para petani tidak kekurangan air. Potensi lainnya yaitu usaha peternakan dan perkebunan, terutama kelapa sawit. Karena sumber daya pertaniannya yang melimpah, maka Nagan Raya pernah dikenal sebagai salah satu lumbung beras utama di Aceh.

Adapun batas-batas wilayah Nagan Raya yang dapat dilihat dari empat sisi, diantaranya sisi Utara, sisi Timur, sisi Selatan dan sisi Barat sebagai berikut (Pemerintah Kabupaten Nagan Raya):

1. Sisi Utara : Kabupaten Aceh Barat dan Kabupaten Aceh Tengah.
2. Sisi Timur : Kabupaten Gayo Lues dan Kabupaten Aceh Barat Daya.
3. Sisi Selatan : Samudera Indonesia .
4. Sisi Barat : Kabupaten Aceh Barat.

4.1.2 Gambaran Umum Pasar Jeuram

Pasar Jeuram merupakan salah satu pasar yang ada di Kabupaten Nagan Raya yang sudah ada dalam waktu cukup lama. Pasar ini merupakan pasar yang menjual berbagai macam keperluan masyarakat sekitar, seperti pakaian, alat elektronik, kosmetik, sembako dan masih banyak yang lainnya. Pasar Jeuram beroperasi setiap hari, mulai dari jam 07:00 wib sampai jam 23:00 wib. pasar ini merupakan satu-satunya pasar yang sangat lengkap dan bisa memenuhi kebutuhan masyarakat yang ada di Kecamatan Seunagan.

Pasar Jeuram dulu merupakan pusat dari ibu kota Nagan Raya, namun dikarenakan saat ini ibu kota dari Nagan Raya sudah berpindah menjadi Suka Makmue sehingga pasar Jeuram saat ini tidak banyak lagi mengalami perubahan. Pedagang yang berjualan di pasar ini adalah pedagang pakaian, dikarenakan mereka berdagang di Ruko-Ruko yang dibuat oleh pemerintah. Namun untuk pedagang sayur dan kelontong biasanya mereka berjualan ditoko milik sendiri atau sewa, dikarenakan pemerintah tidak menyediakan tempat berjualan buat pedagang kelontong.

Sebenarnya untuk pedagang sayur pemerintah menyediakan tempat untuk mereka berdagang, namun seiring beralannya waktu tempat tersebut tidak digunakan lagi dikarenakan tempatnya yang kurang strategis sehingga mereka membangun tempat berdagang pribadi. Pasar Jeuram merupakan pasar yang dimiliki oleh individu atau lembaga masyarakat, jadi pasar ini tidak dalam naungan pemerintah Kabupaten Nagan Raya. Sehingga menyebabkan dalam urusan struktur keperguruan dipegang oleh pihak pemilik atau secara kekeluargaan (Madaniyah, 2019).

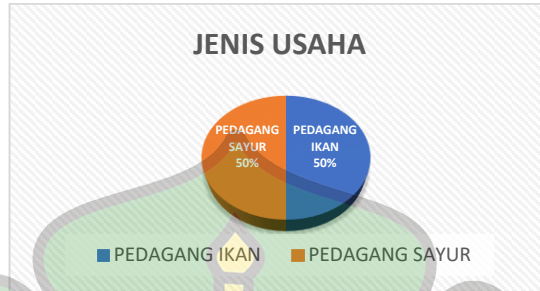
4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Gambaran Informan

Dalam bagian ini peneliti menggambarkan hasil wawancara dan dokumentasi kepada pedagang dalam melakukan transaksi jual beli di pasar Jeuram Nagan Raya, namun terlebih dahulu peneliti membahas tentang gambaran karakteristik dari informan berdasarkan jenis usaha, usia dari pedagang, masa kerja pedagang, jenis kelamin pedagang, usia dari pembeli, dan jenis kelamin pembeli. Dalam penelitian ini ada 21 informan, diantaranya 5 pedagang ikan, 5 pedagang sayur, 5 pembeli ikan, 5 pembeli sayur dan 1 akademisi. Adapun gambaran umum dari informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Deskripsi informan berdasarkan jenis usahanya

Gambar 4.1
Grafik Informan Berdasarkan Jenis Usaha

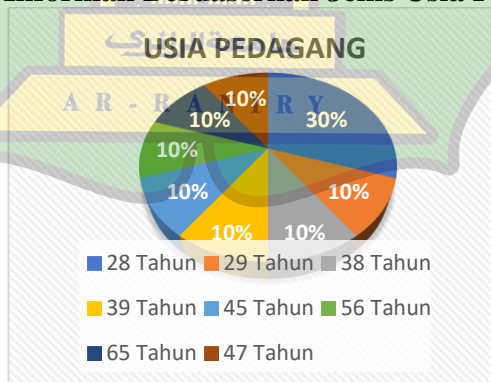


Sumber: hasil wawancara 2022

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa jenis usaha dari informan di pasar Jeuram Nagan Raya yaitu 5 informan dari pedagang ikan atau 50% dan 5 informan dari pedagang sayur atau 50%. Para pedagang di pasar tersebut menjual beberapa macam dagangan seperti ikan dan sayur

2. Deskripsi informan berdasarkan jenis usia pedagang

Gambar 4.2
Grafik Informan Berdasarkan Jenis Usia Pedagang



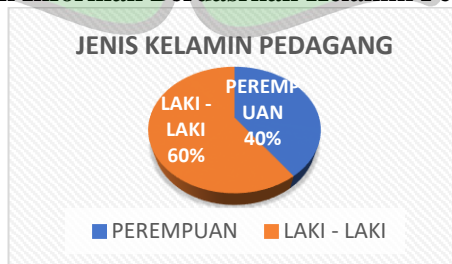
Sumber: hasil wawancara 2022

Berdasarkan grafik diatas bisa disimpulkan bahwa para pedagang yang ada di pasar Jeuram itu berbagai jenis usia, dari yang masih muda hingga yang sudah tua. Bisa dilihat yang berusia 28 tahun atau 30% ada 3 orang, mereka tidak malu dalam berdagang walaupun usia mereka masih bisa dikatakan muda bahkan ada dari mereka yang sarjana. Tujuan mereka berdagang walaupun ada yang untuk mencukupi kebutuhan mereka pribadi sambil mencari pengalaman dan aja juga dari mereka berjualan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari walaupun usianya masih tergolong muda. Namun para pedagang yang usianya yang suda tidak muda lagi juga memiliki semangat yang tinggi dalam berdagang, salah satu tujuan dari mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup dari keluarganya. Bisa dilihat dari gambar grafik diatas salah satu informan berusia 65 tahun sebanyak 1 informan atau 10% masih berdagang hingga saat ini.

3. Deskripsi informan berdasarkan jenis kelamin pedagang

Gambar 4.3

Grafik Informan Berdasarkan Kelamin Pedagang

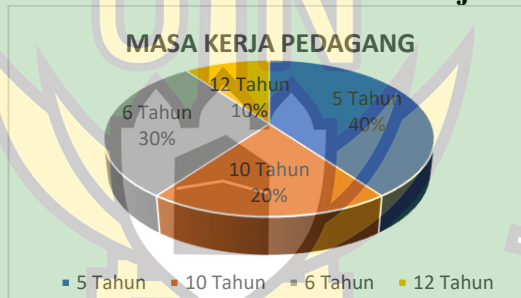


Sumber: hasil wawancara 2022

Berdasarkan grafik diatas bisa dilihat banyak pedagang laki-laki dibandingkan dengan pedagang perempuan di Pasar Jeuram Nagan Raya, 6 pedagang laki-laki atau 60% dan 4 pedagang perempuan atau 40%. Berarti jelas terlihat bahwa yang mencari nafkah untuk keluarga banyak laki-laki. Karena laki-laki yang bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan hidup dari keluarganya. Perempuan hanya sebagai membantu saja atau sebagai kerja sampingan.

4. Distribusi informan berdasarkan masa kerja pedagang

Gambar 4.4
Grafik Informan Berdasarkan Masa Kerja Pedagang



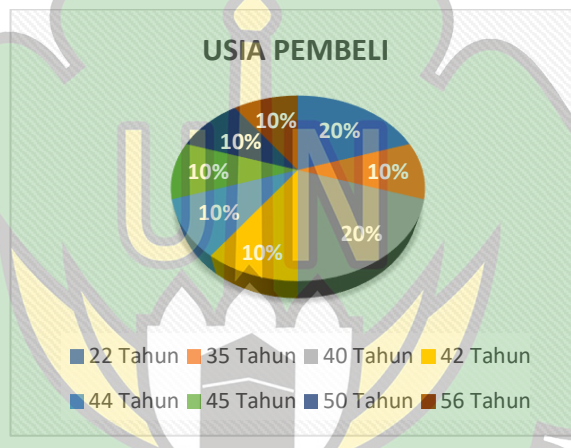
Sumber: hasil wawancara 2022

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa lama para pedagang yang ada di pasar Jeuram Nagan Raya, yaitu 5 tahun sebanyak 4 pedagang atau 40%, 10 tahun sebanyak 2 pedagang atau 20%, 6 tahun sebanyak 3 pedagang atau 30% dan 12 tahun sebanyak 1 pedagang atau 10%. Jadi dapat disimpulkan di pasar Jeuram yang sudah berjualan berkisaran dari masa kerjanya yaitu 5 tahun sebanyak 4 pedagang atau 40%. Walaupun mereka sudah berjualan tetapi mereka tetapi

bisa bertahan dengan usaha mereka. Karena dari hasil mereka berjualan itu untuk menghidupi keluarga mereka, walaupun mungkin ada juga dari mereka yang berjualan hanya untuk sebagai penghasilan tambahan saja.

5. Deskripsi informan berdasarkan usia pembeli

Gambar 4.5
Grafik Informan Berdasarkan Usia Pembeli



Sumber: hasil wawancara 2022

Berdasarkan dari grafik diatas dapat dilihat ada berbagai usia pembeli di pasar Jeuram, dari yang masih muda hingga yang sudah tua. Adapun usia dari informan yaitu 22 tahun sebanyak 2 pembeli atau 20%, 35 tahun sebanyak 1 pembeli atau 10%, 40 tahun sebanyak 2 pembeli atau 20%, 42 tahun sebanyak 1 pembeli atau 10%, 44 tahun sebanyak 1 pembeli atau 10%, 45 tahun sebanyak 1 pembeli atau 10%, 50 tahun sebanyak 1 pembeli atau 10%, dan 56 tahun

sebanyak 1 pembeli atau 10%. Jadi, di pasar Jeuram berbagai usia bisa berbelanja di tempat tersebut.

6. Deskripsi informan berdasarkan jenis kelamin pembeli

Gambar 4.6
Grafik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin Pembeli



Sumber: hasil wawancara 2022

Berdasarkan grafik diatas dapat disimpulkan bahwa yang sering berbelanja di pasar Jeuram adalah perempuan, persentasenya yaitu 100% atau 10 pembeli perempuan. Jelas terlihat banyak perempuan yang berbelanja di pasar Jeuram, karena dalam berbelanja keperluan dapur memang kebanyakan perempuan. Mungkin ada laki-laki cuma jarang terlihat kalau ke pasar untuk berbelanja keperluan rumah itu laki-laki, pasti banyak perempuan terlebih para ibu-ibu rumah tangga.

4.2.2 Penerapan Etika Bisnis Islam Berdasarkan Etika Jual Beli di Pasar Jeuram.

Etika bisnis Islam merupakan suatu yang tidak dapat dilepaskan dalam kegiatan bisnis umat Islam diseluruh Dunia. Dimana dalam etika bisnis Islam telah diajarkan cara berbisnis dengan baik dan sempurna sesuai dengan aturan Al-qur'an dan Hadis. Dalam etika bisnis Islam ada beberapa etika jual beli diantaranya:

1. Jujur dalam menjelaskan produk

Jujur dalam berdagang itu penting, apalagi jujur dalam kualitas barang yang dijual dengan adanya kejujuran dagangan bisa berkah dan hasil yang diberikan untuk keluargapun berkah. Namun yang terjadi saat ini, jujur kurang digunakan oleh pedagang dikarenakan mereka takut rugi. Seperti hasil wawancara peneliti dengan bang Gam salah satu pedagang ikan yang berusia 45 tahun di pasar Jeuram beliau mengatakan:

“saya dagang ikan sudah lebih dari 5 tahun, kadang-kadang jualan saya habis terjual, kadang-kadang tidak habis terjual. Ikan yang tidak habis terjual dihari itu maka akan saya jual kembali untuk besok agar saya tidak rugi, supaya ikannya bisa bertahan lama saya beri es dan garam. Jika ikan sudah sedikit membusuk atau berubah warna tetap akan saya jual biar tidak rugi walaupun dengan harga yang sedikit murah” (hasil wawancara 2022)

Adapun dari hasil wawancara diatas beliau tidak menerapkan etika jual beli, dikarekan beliau tidak ingin rugi. Beliau berdagang untuk mencukupi kebutuhan keluarganya. Pada setiap harinya dagangan beliau habis terjual, namun ada juga hari dimana dagangan beliau tidak habis terjual. Jadi beliau tetap akan menjual kembali ikan yang tidak habis terjual dihari itu pada hari besoknya, agar ikan tersebut bertahan lama diberi es dan garam. Sangat jelas terlihat informan ini tidak menerapkan etika jual beli yaitu jujur, karena informan sudah berbohong dengan kualitas barang yang dijual. Informan juga tidak peduli dengan barang dagangannya, dia hanya memikirkan keuntungannya saja, seperti yang dijelskan dalam surat Al-azhab ayat 24:

لَيَجْزِيَ اللَّهُ الصَّادِقِينَ بِصِدْقِهِمْ وَيُعَذِّبُ الْمُنَافِقِينَ إِنْ شَاءَ أَوْ يَتُوبَ عَلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: **جامعة الرانري**

“agar orang memberikan balasan kepada orang-orang yang benar itu karena kebenarannya, dan mengazab orang munafik jikadia kehendaki, atau menerima tobat mereka. sungguh, Allah Maha pengampun, maha penyayang”

Dari ayat diatas dapat dipahami bahwa orang yang menjalani kehidupan dengan berbohong, pada akhirnya menjadi orang yang munafik. Sebab, landasan imam adalah jujur,

sedangkan landasan kemunafikan yang berdusta, lebih-lebi yang mendustakan dia dan segala nikmatnya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan kak Mar penjual sayur yang berusia 38 tahun, beliau megatakan: *“saya sudah berjualan selama 6 tahun, menurut saya jujur itu tidak terlalu penting, karena jika saya jujur saya akan rugi. Misalkan sayur saya yang tidak habis terjual di hari itu maka akan saya olah atau mencampurkan dengan sayur yang segar agar bisa habis terjual kembali. Jadi jujur menurut saya dalam berdagang agak sulit untuk diterapkan, tetapi kalau untuk kegiatan lain saya terapkan kejujuran itu”* (hasil wawancara 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dari kedua informan pedagang diatas, mereka tidak menerapkan kejujuran dalam memberikan informasi tentang kualitas barang yang dijual, mereka masih mengabaikan kejujuran tersebut. Mereka tidak jujur dengan kulaitas barang yang mereka jual karenamerekatakut rugi. Mereka hanya memikiran keuntungan saja dalam bedagang, tidak memikirkan keberkahan dari hasil jualan mereka dan mereka juga mengabaikan kesejahteraan dari masyarakat sekitar. Padahal kejujuran itu sudah diajarka kepada manusia dari mereka kecil sampai dewasa, namun masih banyak orang yang tidak menerapkan kejujuran baik dalam usaha ataupun dala kehidupan sehari-hari.

Seperti hasil wawancara peneliti dengan salah satu pembeli di pasar Jeuram, yaitu Wati yang berusia 50 tahun, beliau mengatakan: *“saya pernah mendapatkan ikan yang saya beli sudah tidak segar lagi, yang dicampur dengan ikan yang masih segar. Ikan tersebut seperti ikan yang sudah diawetkan dan dimasukkan kedalam es agar ikan bisa bertahan lama”* (hasil wawancara 2022).

Kejujuran adalah syarat fundamental dalam kegiatan jual beli. Kejujuran juga merupakan bagian penting dalam setiap kegiatan umat Muslim. Maka tidak heran apabila syariat Islam menjadikan kejujuran sebagai salah satu prinsip dalam segala urusan manusia. Rasullulah SAW sangat menganjurkan kejujuran yang salah satunya dalam aktivitas jual beli (Muthmainnah, 2019).

2. Suka sama suka

Dalam permintaan dan penawaran harus adanya suka sama suka dan tidak ada yang merasa terpaksa dalam suatu harga yang telah ditetapkan. Sebab itu berlakunya hak milik, artinya hak pilih bagi salah satu atau kedua pihak yang melaksanakan transaksi yang telah disepakati sesuai dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi.

Hasil wawancara peneliti dengan Nisa penjual sayur usia 28 tahun, beliau mengatakan: *“saya sudah berjualan selama 6 tahun, dalam berdagang saya memberikan*

kebebasan bagi pembeli untuk menawarkan barang yang dibeli. Namun, jika harga barang yang ditawarkan tidak membuat saya rugi, saya berikan saja. Tetapi jika harga yang ditawarkan pembeli membuat saya rugi saya akan berdiskusi terlebih dahulu sehingga menapatkan harga yang sesuai, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan” (hasil wawancara 2022).

Begitu juga dengan hasil wawancara peneliti dengan salah satu informan yang bernama Riski penjual ikan yang berusia 28 tahun, beliau mengatakan: *“saya sudah berjualan sekitar 5 tahun, saya memberi kebebasan kepada pembeli untuk menawarkan tetapi saya tetap memberi harga yang tepat agar saya tidak rugi, jika pembeli tetap kekeh dengan harga yang dia inginkan tetapi merugikan saya berarti belum rezeki saya. Karena dengan memberi mereka kebebasan dalam menar mereka nanti akan kembali lagi untuk membeli ikan ditempat saya. Inilah salah satu cara untuk menarik pelanggan” (hasil wawancara 2022).*

Dari hasil wawancara diatas bisa dilihat para pedagang menerapkan dengan baik etika dalam jual beli suka sama suka. Mereka mencari solusi yang terbaik dengan pembeli biar mereka senang membeli ikan ditempat mereka. Sehingga pembeli merasa senang dan merasa diperhatikan oleh penjual. Inilah

salah satu cara mereka untuk menarik pelanggan dan membuat pelanggan kembali membeli ikan ditempat mereka.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Wulan pembeli sayur yang berusia 22 tahun, beliau mengatakan: *“saya bukan pelanggan tetap di Pasar ini, alasan saya berbelanja disini karena pasar ini yang paling dekat dengan rumah saya. Saya juga suka berbelanja di pasar ini karena penjualnya ramah-ramah, jika saya menawar harga mereka jika harga tidak merugikan mereka maka harga tersebut diberikan terus, jika harga tersebut bisa merugikan mereka maka mereka akan berdiskusi dulu sama saya dengan harga yang sama-sama tidak merugikan”* (hasil wawancara 2022).

Dari hasil wawancara dengan salah satu informan pembeli di pasar Jeuram, beliau merasa senang berbelanja di pasar ini. Karena menurut beliau pedagang bisa diajak diskusi saat beliau membeli barang dari mereka. Jadi pedagang menerapkan etika dalam jual beli dengan baik dan benar.

Suka sama suka adalah tanpa ada paksaan antara si penjual dan si pembeli. Maka jika perilaku tersebut tidak tercapai, maka jual beli tidak sah. Dalam jual beli yang dilangsung haruslah atas kehendak sendiri ang bebas dari unsur tekanan tau paksaan dan tipu daya (Sari, 2017).

3. Tidak mengurangi takaran

Walaupun dari segi pengetahuan mereka tentang etika bisnis Islam itu kurang, namun dalam hal timbangan mereka tidak melakukan kecurangan, karena kebanyakan dari pedagang di pasar mengarahkan ukuran timbangannya kepada pembeli saat menimbang dagangannya supaya pembeli bisa melihat sendiri hasil timbangannya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Agus penjual ikan yang berusia 28 tahun, beliau mengatakan: *“saya sudah berjualan 5 tahun, dalam berdagang saya selalu memperhatikan timbangan saya, selama saya berdagang belum ada pedugas yang datang untuk memeriksa dagangan saya. Saya pun ketika pembeli membeli ikan sama saya, saat saya minimbang ikan yang dipilih oleh pembeli, timbangannya saya arahkan kedepan pembeli biar mereka melihat sendiri hasil timbangannya, supaya mereka percaya dan kembali membeli ikan ditempat saya”* (hasil wawancara 2022).

Begitu juga dengan hasil wawancara peneliti dengan salah satu pembeli yang bernama Yuyun pembeli ikan yang berusia 40 tahun, beliau mengatakan: *“saat saya membeli ikan di pasar Jeuram para pedagang selalu mengarahkan timbangan kepada saya, saat mereka menimbang ikan yang saya beli. Jadi tidak ada keraguan saya dalam timbangan bahwa mereka akan berbohong,*

karena saya melihat sendiri. Malahan terkadang hasil timbangannya lebih dari yang saya beli namun mereka mengiklaskannya”(hasil wawancara 2022).

Seperti yang dijelaskan dalam Al-quran surat Hud ayat 85:

وَيَقُومُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ

مُفْسِدِينَ

Artinya:

“Dan wahai kaumku! Penuhilah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu mengurangi manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan kamu membuat kejahatan di Bumi dengan berbuat kerusakan”.

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kita untuk berlaku adil dalam menimbang dan menakar dalam transaksi jual beli. Janganlah kita berbuat licik dengan berbuat licik dengan berlaku curang sehingga merugikan orang lain atau membuat hidup orang lain sengsara.

Bisa dilihat dari hasil wawancara diatas antara informan pedagang dan pembeli ikan, pedagang sudah menerapkan etika jual beli dengan benar dan selalu memeriksa timbangan yang ia gunakan untuk berjualan. Para pedagang juga mengarahkan timbangan kepada pembeli saat mereka menimbang barang yang dibeli oleh pembeli. Sehingga pembeli tidak merasa ditipu dengan timbangan dikarenakan mereka melihat sendiri hasil timbangannya.

Mengurangi timbangan adalah mengurangi timbangan dalam jual beli salah satu perbuatan yang dosa. Seperti yang kita ketahui bahwa Allah mewajibkan kita untuk jujur dalam transaksi jual beli, maka dalam menakar dan menimbang barang dagangan kita harus bersikap jujur (Azizah, 2016).

4. Mengutamakan kepuasan pelanggan

Didalam berdagang para pedagang harus bisa memberikan kepuasan kepada pembeli saat mereka berbelanja. Karena dengan memberikan kepuasan kepada pembeli, para pembeli akan kembali lagi berbelanja di tempat tersebut. Namun yang terjadi di pasar para pedagang masih kurang dalam membuat pedagang merasa buat berbelanja di tempat mereka, karena masih ada pedagang yang melakukan kecurangan dalam berdagang, seperti hasil wawancara dengan informan pembeli dibawah ini:

Dari hasil wawancara peneliti dengan Darmawati pembeli sayur yang berusia 40 tahun, beliau mengatakan:
“saya bukan pelanggan tetap di Pasar ini, namun saya sering berbelanja di Pasar ini karena pasar ini yang paling dekat dengan tempat tinggal saya. Walaupun saya sering merasa tidak puas saat membeli sayur di pasar Jeuram, karena saya sering mendapatkan sayur yang sudah tidak segar lagi dan malahan ada sayur yang dicampur dengan sayur yang sudah tua aga sayur

tersebut kelihatan banyak saat diikat”(hasil wawancara 2022).

Sedangkan hasil wawancara peneliti dengan Dewi pembeli ikan yang berusia 44 tahun, beliau mengatakan: *“ alasan saya berbelanja di Pasar ini karen Pasar ini yang paling dekat dengan rumah saya dan paling lengkap. Saya sering berbelanja disini walaupun saya bukan pelanggan tetap dipsar ini. Tetapi saya jarang merasa puas ketika saya membeli ikan di pasar Jeuram, karena saya sering mendapatkan ikan yang sudah kurang bagus di pasar ini, namun saya tidak ada pilihan lain selain membeli ikan disini karena pasar Jeuram pasar yang paling dekat dengan rumah saya. Terkadang ikan yang saya beli sudah sedikit berubah warna, mungkin karna diawetkan agar ikan masih bisa dijual dihari lain”* (hasil wawancara 2022).

Disini sangat jelas, bahwa para pembeli tidak merasa puas dengan kualitas barang yang dijual oleh pedgang. Karena barang yang mereka dapatkan sudah dalam keadaan busuk dan sayur yang sudah tua. Terlihat jelas dalam hasil wawancara peneliti dengan pembeli di pasar Jeuram, para pedagang tidak mengutamakan kepuasan dari pembeli mereka hanya memikirkan keuntungan mereka saja, tanpa memikirkan keinginan dari pembeli.

5. Tidak menimbun barang (ihtikar)

Dalam berdagang menimbun barang sangat dilarang, Rasulullah dengan tegas melarang penimbunan barang. Karena menimbun barang bisa membuat rugi banyak orang dan hasil yang diperoleh pun tidak berkah. Namun para pedagang masih ada yang mengabaikannya karena mereka ini untuk tinggi dan tidak ingin rugi. Seperti hasil wawancara dibawah ini dengan seorang pedagang, walaupun tidak secara langsung ingin menimbun barang namun ada keinginan menaikkan harga barang disaat barang tersebut langka.

Hasil wawancara peneliti dengan salah satu informan yang bernama Rusli yang berusia 56 tahun, beliau mengatakan: *”saya sudah berjualan selama 12 tahun, kalau niat untuk menimbun barang secara langsung tidak ada, Cuma saya sering menstok barang sedikit lebih banyak, jika barang tersebut belum habis terjual dan harga mulai naik maka saya juga akan menaikkan harga barang tersebut .Walaupun pada saat saya stok harga belum naik, Agar saya mendapatkan untung sedikit lagi.tapi kalau sayur saya tidak menstok banyak, hanya untuk hari itu saja, karena sayur cepat busuk dan tidak tahan lama”* (hasil wawancara 2022).

Sedangkan hasil wawancara peneliti dengan informan lain, yaitu bang Dayat pedagang ikan berusia 29 beliau mengatakan: *“saya sudah berjualan 5 tahun, saya hanya*

pedagang ikan, jadi saya tidak bisa menimbun barang tersebut karena barang yang saya jual tidak bisa bertahan lama. Saya juga tidak menjual barang lain selain ikan”(hasil wawancara 2022).

Berdasarkan hasil wawancara diatas masih ada pedagang yang menimbun barang walaupun tidak berniat secara langsung tetapi beliau telah melakukannya. Pedagang hanya memikirkan bagaimana mereka bisa mendapatkan untung yang lebih tanpa memikirkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Sedangkan pedagang ikan mereka memang tidak bisa menimbun barang karena barang dagangan mereka tidak bertahan lama.

Seperti yang dijelaskan dalam hadist dibawah ini:

عَنْ مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. قَالَ: لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِئٌ

Artinya:

“Dari Ma'mar bin Abdullah; Rasulullah bersabda, “Tidaklah seseorang melakukan penimbunan melainkan dia adalah pendosa.” (H.r. Muslim, no. 1605)”.

Ihtikar adalah menimbun barang menumpuk dan menyimpan barang ada masa tertentu dengan tujuan agar harganya suatu saat akan naik dan memperoleh keuntungan yang besar. Rasulullah SAW melarang keras perilaku jual beli yang ihtikar (menimbun barang) (Malahayati, 2010).

6. Toleran

Toleran membuka kunci rezeki dan saran hidup agar menjadi tenang. manfaat toleran adalah mempermudah pergaulan, mempermudah urusan jual beli serta mempercepat kembalinya modal. Allah SWT mengasihi orang yang lapang sabar dalam menjual, membeli, serta melunasi hutang. Toleransi yang dimaksud disini adalah sikap para pedagang dengan pedagang lain dan juga sikap pedagang dengan pembeli.

Hasil wawancara peneliti dengan nek Nani penjual sayur yang berusia 65 tahun, beliau mengatakan: *“saya berjualan sudah 10 tahun lebih, dalam berdagang saya tidak pernah iri ketika saya melihat pedagang lain banyak yang beli. Karena saya yakin rezeki itu tidak tertukar, mungkin sekarang rezeki dia, nanti rezeki saya. Jadi dalam berdagang kita harus akur dengan pedagang lain. Walaupun bersaing, namun persainganlah dengan cara yang benar”*(hasil wawancara 2022).

Hasil wawancara saya dengan kak Wan penjual yang berusia 47 tahun, beliau mengatakan: *“saya sudah berjualan selama 10 tahun, saya dalam berdagang selalu menjaga keakuran dengan pedagang yang disamping saya, dan saya juga tidak pernah merasa iri ketika pedagang disamping saya banyak pembeli. Cuma saya berbicara dalam hati kenapa dia rame pembeli apa yang pembeli suka berbelanja ditempat dia. Jadi saya*

dengan berpikiran demikian saya bisa meintropeksi diri apa yang kurang dari dagangan saya dan saya mencari cara agar dagangan saya juga rame. Dalam berdagang kami para pedagang memang bersaing namun kami bersaing secara benar tanpa ada membuat oang lain rugi”(hasil wawancara 2022).

Jadi hasil wawancara dengan pedagang sayur diatas bisa disimpulkan, mereka menerapkan toleran dalam bedagang dengan baik. Dalam berdagang mereka juga bersaing dengan baik dan benar tanpa harus memakai cara yang salah. Karena mereka percaya bahwa rezeki itu tidak akan ketukar. Dengan cara saling diskusi dalam bedagang itu lebih baik dari pada saling iri dan dengki kepada pedagang lain. Karena dengan sering diskusi maka wawasan akan semakin terbuka, dan bisa mengembangkan bisnis menjadi lebih besar dan lebih baik.

Toleran merupakan sikap sabar, menghargai dan membebaskan orang lain berpendapat dapat lain, dan brhati lapang terhadap sikap orang yang berbeda-beda. Sikap toleran bisa untuk membuka kunci rezeki dan saran hidup agar menjadi tenang. manfaat toleran adalah mempermudah pergaulan, mempermudah urusan jual beli serta mempercepat kembalinya modal. Allah SWT mengasihi orang yang lapang sabar dalam menjual, membeli, serta melunasi hutang (Agam, 2014).

Bedasarkan dari hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan bisa disimpulkan bahwa para pedagang yang

ada di pasar Jeuram belum sepenuhnya menerapkan etika jual beli dengan baik dan benar, persentasi pemdagang yang bersikap jujur 30%, yang 70% lagi sepenuhnya menerapkan kejujuran dalam bedagang. Seperti etika jual beli jujur, tidak menimbun barang, dan mengutamakan kepuasan pelanggan, itu belum sepenuhnya diterapkan oleh pedagang sehingga masih ada pembeli yang merasa kecewa. Namun etika jual beli yaitu suka sama suka, tidak mengurangi takaran, dan toleran sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang walaupun belum semua pedagang menerapannya.

4.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Jeuram

Berdasarkan dari hasil wawancara peneliti di pasar Jeuram penerpan etika jual beli dipengaruhi oleh dua faktor yaitu:

1. Faktor pengetahuan

Pengetahuan adalah fakta, kebenaran atau informasi yang diperoleh melalui pengalaman atau pembelajaran. Pengetahuan adalah informasi yang diketahui atau disadari oleh seseorang. Pengetahuan juga diartikan berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Penegtahuan terlihat pada seseorang menggunakan akal budinya untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Namun kenyataan yang peneliti temui di pasar Jeuram masih ada pedagang yang tidak mengetahui etika dalam jual beli yang benar.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu informan pedagang sayur yang bernama kak wan, beliau memaparkan: *"iya, saya tau etika jual beli menjual barang dengan tidak berbohong, tidak boleh curang dan juga baik kepada pelanggan, itu yang saya tau"*(hasil wawancara 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan bang Gam salah satu penjual ikan di pasar Jeuram, beliau memaparkan: *"iya saya tau, dala berdagang harus jujur dan tidak boleh berbohong dengan barang dagangan. Menurut saya etika dalam jual beli itu tidak terlalu penting, yang penting saya tau bagaimana saya mendapatkan untung dan tidak rugi"*(hasil wawancara 2022).

Berdasarkan hasil wawancara dengan kak Mar penjual sayur, beliau memaparkan: *"saya tidak tau banyak tentang etika dalam jual beli, yang saya tau saya berjualan dengan jujur dan tidak merugikan orang lain. Saya berusaha bedagang dengan sebaik mungkin agar hasil yang saya dapati berkah walaupun saya tidak mengetahui banyak tentang etika jual beli"*(hasil wawancara 2022).

Jadi bisa dilihat bahwa pengetahuan para pedagang dipasar Jeuram masih sangat kurang, mereka hanya mengetahui dasarnya saja. Bahkan ada pedagang yang merasa etika dalam jual beli itu gak terlalu penting untuk diterapkan. Karena mereka

hanya memikirkan bagaimana cara mereka tidak rugi dan cara mereka mendapatkan keuntungan. Namun masih ada pedagang yang pengetahuannya kurang dalam etika jual beli namun beliau berusaha berjualan dengan baik dan benar dengan pengetahuan yang beliau miliki. Walaupun pengetahuan beliau tentang etika jual beli tidak banyak namun yang beliau ketahui beliau terapkan dengan baik.

2. Faktor budaya

Budaya adalah keseluruhan sikap dan pola perilaku serta pengetahuan yang merupakan suatu kebiasaan yang diwariskan dan dimiliki suatu anggota masyarakat tertentu. Budaya memengaruhi banyak aspek kehidupan, diantaranya agama, adat istiadat, politik, bahasa, pakaian, bangunan, hingga karya seni. Jadi, kebudayaan merupakan sesuatu yang akan memengaruhi tingkat pengetahuan dan meliputi gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu sifat abstrak.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Rusli pedagang sayur di pasar Jeoram, beliau memaparkan: *"kejujuran di Pasar ini sangat jarang diterapkan dengan baik, karena kebanyakan dari pedagang memang tidak terlalu jujur dalam menjual dagangannya, bukan hanya satu pedagang saja namun bisa dikatakan semua. Namun ada beberapa pedagang yang jujur"*(hasil wawancara 2022).

Hail wawancara dengan penjual ikan yang bernama Agus, beliau memaparkan: *”saat berdagang para pedagang tidak ada yang benar-benar jujur dalam menjelaskan barang, karena mereka semua tidak mau rugi. Jadi rata-rata pedagang di pasar ini tidak yang benar-benar menerapkan kejujuran”*(hasil wawancara 2022).

Bisa dilihat dari hasil wawancara diatas para pedagang menganggap bahwa dalam berdagang kejujuran itu tidak terlalu penting. Dalam kejujuran mereka bersikap acuh tak acuh atau menganggap tidak penting untuk diterapkan. Sehingga mereka membudayakan kebohongan dalam berdagang karena mereka tidak ingin rugi. Jadi kebanyakn dari pedagang yang berada di pasar Jeuram mereka menganggap kebohongan bisa mendatangkan keuntungan yang lebih banyak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Informan diatas, dapat disimpulkan para pedagang di pasar Jeuram masih kurang pengetahuan tentang etika jual beli dan sebagian dari mereka juga menganggap penerapan etika jula beli itu tidak terlalu penting dalam bedagang. Sedangkan faktor budaya, mereka menganggap kebohongan dalam jual beli itu seperti budaya. Karena dengan tidak terlalu jujur atau berbohong mereka bisamengcilkan kerugian mereka dan mendapatkan keuntungan yang lebih.

4.2.4 Didukung Dengan Pendapat Akademisi

Supaya penelitian ini lebih berguna dan bermanfaat untuk orang, maka peneliti juga mewawancarai salah satu Akademisi yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, berikut hasil wawancaranya:

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu akademisi, pendapat beliau tentang pedagang yang ada di pasar Jeuram, yang belum sepenuhnya menerapkan etika jual beli. Beliau memaparkan: *"menurut pengamatan saya para pedagang sebenarnya bukan tidak tau tetapi boleh jadi dakwah tentang ekonomi, dakwah tentang jual beli, hal-hal yang berkaitan dengan muamalah itu jarang disampaikan jadi bukan sepenuhnya salah mereka, mereka tidak paham dengan ekonomi Islam baik itu penjual atau pembeli. Karena kurangnya pemahan dari mereka itu disebabkan oleh kurangnya edukasi dari yang berwewenang yaitu pemerintah. Kita tidak bisa menghakimi mereka, karena menurut mereka itu hal biasa terjadi walaupun hal demikian salah, mereka melakukannya karena dari dulu seperti itu. Menurut saya tidak bisa menyalahkan kepada pedagang atau pembeli seluruhnya atas kecurangan yang masih terjadi dalam kegiatan usaha, dikarenakan pemerintah masih kurang dalam mendakwahkan tentang ekonomi kepada masyarakat sekitar. Bahkan kajian-kajian yang ada di*

kampung pun jarang menjelaskan tentang ekonomi yang lebih mendalam. Jadi pemerintah bertanggung jawab atas kecurangan yang masih terjadi dengan cara, salah satunya mengawasi usaha-usaha yang terjadi agar kecurangan tidak ada lagi. Dengan harapan lama-kelamaan jual beli yang dilakukan tidak lagi ada kecurangan dan dilakukan dengan baik dan benar.”(hasil wawancara 2022).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan akademisi diatas berarti kecurangan yang terjadi tidak sepenuhnya kesalahan dari pedagang. Pemerintah turut ikut campur juga dalam penerapan etika bisnis Islam dalam bisnis. Karena dengan adanya ikut campur dari pemerintah itu akan lebih mempermudah para pedagang mengetahui etika bisnis Islam secara mendalam. Dengan demikian para pedagang bisa lebih mudah dan bisa membuka pemikiran mereka dalam berdagang etika bisnis islam itu penting untuk diterapkan. Jadi disimpulkan bahwa menurut akademisi kecurangan yang terjadi dilapangan tidak sepenuhnya kesalahan dari pedagang atau pembeli. Tetapi juga kesalahan dari pemerintah, karena pemerintah jarang mendakwahkan tentang ekonomi Islam secara mendalam kepada masyarakat sekitar. Para pedagang melakukan kecurangan dikarenakan itu sudah terjadi dari dulu, jadi menurut mereka kecurangan itu bukan kecurangan lagi namun sudah jadi kebiasaan mereka ketika berdagang.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada pedagang yang ada di pasar Jeuram Nagan Raya maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil wawancara diatas bisa disimpulkan bahwa para pedagang yang ada di pasar Jeuram belum sepenuhnya menerapkan etika jual beli dengan baik dan benar. Seperti etika jual beli jujur, tidak menimbun barang, mengutamakan kepuasan pelanggan, itu belum sepenuhnya diterapkan oleh pedagang sehingga masih ada pembeli yang merasa kecewa. Namun etika jual beli yaitu suka sama suka, tidak mengurangi takaran, dan toleran sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang walaupun belum semua pedagang menerapannya.
2. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Informan diatas, dapat disimpulkan para pedagang di pasar Jeuram masih kurang pengetahuan tentang etika jual beli dan sebagian dari mereka juga menganggap penerapan etika jual beli itu tidak terlalu penting dalam berdagang. Sedangkan faktor budaya, mereka menganggap kebohongan dalam jual beli itu seperti budaya. Karena dengan tidak terlalu jujur

atau berbohong mereka bisa mengecilkan kerugian mereka dan mendapatkan keuntungan yang lebih.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka peneliti dapat mengajukan beberapa saran yang bisa memberi manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk para pedagang yang sudah menerapkan etika jual beli di pasar Jeuram Nagan Raya agar dapat terus mempertahankan etika jual beli yang sudah sesuai dengan etika bisnis Islam dalam kegiatan berdagang agar usaha yang dijalankan mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Bagi pedagang yang belum menerapkan etika bisnis jual beli dalam berdagang atau masih bertentangan dengan etika bisnis jual beli agar segera meninggalkan karena kegiatan usaha yang demikian tidak akan berkah, dan didalam Al-qur'an juga telah dijelaskan semua tentang tatacara kita dalam berinteraksi dengan manusia. Diharapkan juga kepada para pedagang agar tidak melakukan transaksi pada saat azan sedang berkumandang.
2. Untuk pembeli di pasar Jeuram agar menerapkan etika yang baik dalam melakukan transaksi jual beli agar terhindar dari perbuatan yang dilarang. Juga untuk para pembeli untuk

berusah tidak melakukan transaksi jual beli ketika azan lagi berkumandang.

3. Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian seperti ini dimasa yang kan datang agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut dan lebih teliti agar penelitiannya bagus dan bermanfaat.



DAFTAR PUSTAKA

- Agam, A. S. (2014). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Muslim Di Pasar Pagi Kaliwungu Kendal)*. Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Aliyah, I. (2017). Pemahaman Konsep Pasar Tradisional Di Perkotaan. *Cakra Wisata Vol 18 Jilid 2 Tahun 2017*, 1-16.
- Azizah. (2016). *Etika Jual Beli Di Pasar Tradisional Celancang Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Institut Agama Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon : Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Sebaran Pasar Dan Pusat Perdagangan Menurut Klasifikasi 2019*. Statistik Indonesia.
- Badroen, F. (2015). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Prenadamedia group.
- Dahruji, & Permata, A. R. (2018). Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam : Tinjauan Teoritik dan Empiris Di Indonesia. 1-11.
- Fahmi, I. (2016). *Kewirausahaan Teori, Kasus, Dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Juliansyah, H. (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Ciputat*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta : Skripsi Sarjana: Fakultas Syari'ah Dan Hukum.

- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Quru Vol VII, No. 1 Maret 2016*, 63-74.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Madaniyah. (2019). *Etika Transaksi Jual Beli Di Pasar tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Universitas Negeri Ar-raniry Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Mujiatun, S. (2013). Jual Beli Dalam Perspektif Islam : SALAM DAN Istisna'. *Jurnal Riset Akutansi dan Bisnis vol 13 No . 2 / September 2013*, 202-216.
- Mursidah, U. (2017). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung : Skripsi sarjana: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Muthmainnah. (2019). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam transaksi Jaul Beli Pada Pedagang Di pasar Tradisioanal Peunayong Banda Aceh*. Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh : Skripsi Sarjana: Fakultas ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *ISSN: 1412-3851*, 50-58.
- Nitisusastro, M. (2017). *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta.

- Pemerintah Kabupaten Nagan raya. (n.d.). *Gambaran Umum dan Geografis Nagan Raya*. Nagan Raya: naganrayakab.go.id.
- Putra, M. (2013). *Entrepreneur Muslim Dan Etika Wirausaha Adat Minang kabau*. Bandung: Alfabeta.
- Malahayati. (2010). *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*. Yogyakarta: Jogja Great publisher.
- Sabatiny, S., & Martini, R. (2018). Perkembangan PASar Tradisional Dan Keberadaan Pasar Modern Di Kota Palembang. *Vol.7 No. 1 januari-Juni 2018*, 1068-1076.
- Sari, I. (2017). *Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi Pada Pasar Butung Makasar)*. Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Islam.
- Shobirin. (2015). Jual Beli Dalam Pandangan Islam. *Bisnis, BVOL. 3, No. 2, Desember 2015*, 239-261.
- Siswadi. (2013). Jual Beli Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura Vol III, No. @, Agustus 2013*, 59-65.
- Sugiharsono, & Wahyuni, A.D. (2019). *Dasar-Dasar Ekonomi*. Depok: PT.Raja Grafindo Persada.
- Susiawati, w. (2017). Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam volume 8, Nomor 2, November 2017*, 171-184.
- Syaifullah. (2014). Etika Jual Beli Dalam Islam. *Vol. 11, No. 2, Desember 2014 : 371-387*, 371-387.

- Usman, A. (2022). *Konsep Etika Bisnis Islam Menurut Muhammad Djakfar*. Institut Agama Islam Negeri Parepare: Skripsi Sarjana: Falkultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Anoraga, P. (2011). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam, Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Putra, M. (2013). *Entrepreneur Muslim Dan Etika Wirausaha Adat Minang kabau*. Bandung: Alfabeta.
- Rachman, F. F., Setyawan, S., & Rahmi, D. (2018). Identifikasi Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Fasion Busan Musim Di Pasar Baru Trade Center. *Prosiding Ilmu Ekonomi ISSN: 2460-6553, 4, 37-43*.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara Pedagang

Nama :

Pedagang ikan / sayur :

Usia Pedagang :

Jenis kelamin :

1. Apakah anda menjual barang yang masih layak untuk diperjual belikan?
2. Apa pendapat anda terhadap kualitas barang dagangan anda? Dan apa yang anda lakukan ketika barang dagangan anda dalam kondisi yang kurang baik?
3. Apakah anda memberikan kebebasan terhadap pembeli untuk harga yang akan ditawarkan?
4. Bagaimana caraanda melayani pembeli ketika sedang berdagang?
5. Apakah timbangan anda pernah diperiksa petugas?
6. Bagaimana pendapat anda jika ada pembeli mengaku kurang puas dengan kualiatls barang dagangan anda?
7. Apakah anda pernah menimbun barang dagangan anda?
8. Bagaimana hubungan anda dengan sesame pedagang di Pasar ini?
9. Apakah anda mengetahui ap aitu etika bisnis Islam?

Lampiran 2 Panduan Wawancara Pembeli

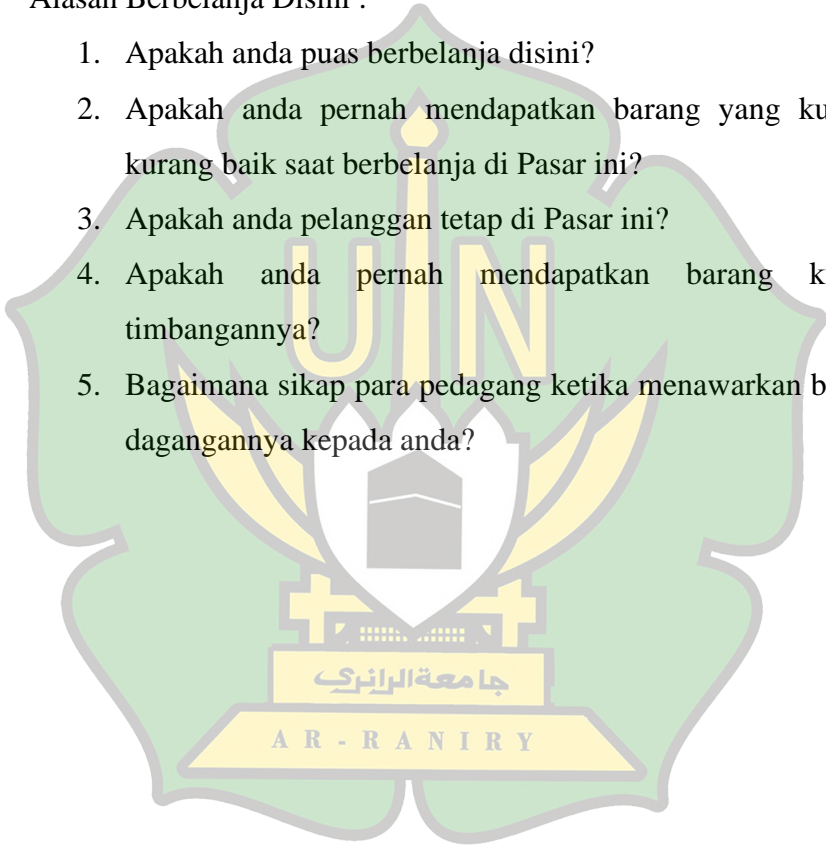
Nama :

Usia Pembeli :

Jenis Kelamin :

Alasan Berbelanja Disini :

1. Apakah anda puas berbelanja disini?
2. Apakah anda pernah mendapatkan barang yang kualitas kurang baik saat berbelanja di Pasar ini?
3. Apakah anda pelanggan tetap di Pasar ini?
4. Apakah anda pernah mendapatkan barang kurang timbangannya?
5. Bagaimana sikap para pedagang ketika menawarkan barang dagangannya kepada anda?



Lampiran 3 Panduan Wawancara Akademisi

Identitas Informan

Nama : Jalaluddin, ST, MA

Jabatan : Dosen Ekonomi Islam FEBI UIN Ar-raniry

Daftar pertanyaan

1. Bagaimana pendapat bapak terhadap pedagang yang masih melakukan kecurangan dalam berdagang?



Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara



Wawancara dengan salah satu pedagang sayur di Pasar Jeuram



Wawancara dengan salah satu pembeli sayur di Pasar Jeuram



Wawancara dengan salah satu pedagang ikan di Pasar ikan di
Jeoram



Wawancara dengan salah satu pedagang ikan di Pasar ikan di
Jeoram



Wawancara dengan salah satu Pembeli ikan di Pasar Jeuram



Wawancara dengan salah satu Akademisi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam