

ETIKA BISNIS DALAM SISTEM JUAL BELI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus Di Pasar Mardika Ambon)

SKRIPSI

OLEH :

**MUHAMMAD KHATAMI SERANG
15220198**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2021**

ETIKA BISNIS DALAM SISTEM JUAL BELI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus Di Pasar Mardika Ambon)

SKRIPSI

OLEH :

**MUHAMMAD KHATAMI SERANG
15220198**



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis, menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ETIKA BISNIS DALAM SISTEM JUAL BELI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus Di Pasar Mardika Ambon)

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindahkan data milik orang lain, kecuali yang disebutkan referensinya secara benar. Jika dikemudian hari terbukti disusun oleh orang lain, ada penjiplakan, duplikasi, atau memindahkan data orang lain, baik secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana saya peroleh karenanya, batal demi hukum.

Malang 22 April 2021

Penulis



Muhammad Kutami

Serang 152201

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Muhammad Khatami Serang NIM : 15220198 Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul :

ETIKA BISNIS DALAM SISTEM JUAL BELI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus Di Pasar Mardika Ambon)

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Penguji.



Malang, 22 April 2021

Mengetahui

Ketua jurusan

Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HI.

NIP 197408192000031002

Dosen Pembimbing

Dr. H. Khoirul Anam, Lc., M.HI.

NIP 19680715200003100

HALAMAN PENGESAHAN

Dewan Penguji Skripsi Saudara Muhammad Khatami Serang NIM : 15220198 Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

ETIKA BISNIS DALAM SISTEM JUAL BELI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL (Studi Kasus Di Pasar Mardika Ambon)

Telah Dinyatakan lulus dengan nilai :(.....)

Malang 18 juli 2021

Penguji I



H. Faisal Agil Munawar, Lc., M. Hum.

NIP 198810192019031010

Penguji II



Dr. Moh Toriquddin Lc, M. HI.

1973303062006041001

HALAMAN MOTTO

طَلَبُ الْعِلْمِ رُضْوَةٌ عِندَ اللَّهِ
وَالْعِلْمُ رُضْوَةٌ عِندَ اللَّهِ
بِ

“Menuntut ilmu itu wajib atas setiap Muslim” (HR. Ibnu Majah no. 224, dari sahabat Anas bin Malik radhiyallahu ‘anhu, dishahihkan Al Albani dalam Shahih al-Jaami’ish Shaghiir no. 3913)





**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG FAKULTAS SYARIAH**

Terakreditasi ‘A’ SK BAN—PT Depdiknas Nomor :013/BAN-
PT/Ak-X/S1/VI/2007
Jl/Gajayana 50 Malang Telp.(0341) 551345 Fax (0341)
572533

BUKTI KONSULTASI

Nama : Muhammad Khatami Serang
Nim 15220198
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Dr.H.Khoirul Anam,Lc.,M.HI
Judul Skripsi : Etika Bisnis Dalam Sitem Jual Beli Pedagang Pasar Tradisonal (Studi kasus Di
Pasar Mardika Ambon)

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	2020-10-29	Revisi Judul	1.
2	2020-11-07	Revisi Judul	2.
3	2020-11-09	Revisi Bab I	3.
4	2021-03-02	Revisi Bab I,II	4.
5	2021-03-30	Revisi Bab I,II,III	5.
6	2021-04-09	Revisi Bab I,IV	6.
7	2021-04-12	Revisi Bab IV	7.
8	2021-04-14	Revisi Bab IV	8.
9	2021-04-16	Revisi I,II,II,IV,V	9.
10	2021-04-20	Acc,I,II,II,IV,V	10.

Malang 22 April 2021
Menegetahui
a.n. Dekan
Ketua Program Studi
Hukum Ekonmi Syariah

Dr. Fakhruddin, M.HI.
NIP 197408192000031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. UMUM

Transliterasi merupakan sistem penulisan lambing bunyi. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan Transliterasi adalah penyalinan dengan menggunakan huruf dari abjad ke abjad lain. Transliterasi yang dimaksud dalam penulisan skripsi ini adalah pemindah alihan tulisan arab kedalam tulisan Indonesia, bukan terjemahan bahasa Arab ke bahasa Indonesia.

Banyak ketentuan transliterasi yang digunakan, namun Fakultas Syariah menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan EYD plus dari Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1998 Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987 sebagaimana yang tercantum dalam buku pedoman Transliterasi Bahasa Arab (A Guide Arabic Tranliteration), INIS Fellow 1992.

B. KONSONAN

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada halaman berikut:

ا	= tidak dilambangkan	ض	= D1
ب	= B	ط	= Th
ت	= T	ظ	= Dh
ث	= Ts	ع	= ‘ (koma menghadap keatas)

ج	= J	غ	= Gh
ح	= <u>H</u>	ف	= F
خ	= Kh	ق	= Q
د	= D	ك	= K
ذ	= Dz	ل	= L
ر	= R	م	= M
ز	= Z	ن	= N
س	= S	و	= W
ش	= Sh	هـ	= H
ص	= Sh	ي	= Y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (‘) untuk mengganti lambang “ع”.

C. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”. Sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang= ,misalnya قال menjadi qla

Vokal (i) panjang= ,misalnya يُوقل menjadi q la Vokal (u) panjang= ,misalnya دوقن menjadi dna

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i” melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya' nisbat akhirnya. Befitu juga dengan suara diftong, wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw)= لو misalnya قول menjadi qawlun Diftong(ay)= يمي misalnya خيبرmenjadikhayrun

D. Ta' Marbutah (ة)

Ta' Marbutah (ة) ditransliterasikan dengan “t” jika berada dikalimat, tetapi apabila *ta' marbutah* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya المدرسة الرسالة menjadi *al- risalati al-mudarrisah*, atau apabila berada ditengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya رحمة هال في menjadi *fi rahmatillah*.

E. Kata Sandang dan lafadh al-Jallah

Kata sandang berupa “al” () ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jallah yang berada di tengah-tenga

Al-Imam al-Bukhariy mengatakan.....

Billah 'azza wa jalla.

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi.

Perhatikan contoh berikut:

“ Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Presiden MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat diberbagai kantor pemerintahan, namun. ”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid,” “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd al-Rahman Wahid,” “Amin Rais,” dan bukan ditulis dengan “shalat.”

**DAFTAR ISI
HALAMAN**

SAMPUL
HALAMAN COVETR	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
BUKTI KONSULTASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
DAFTAR ISI	xi
KATA PENGANTAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
المخلص	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
A. Penelitian Terdahulu	15
A. Kajian Pustaka	18
1. Pengertian Perilaku	18
2. Etika berdagang dalam Islam	24
3. Fungsi Etika Berdagang Dalam Islam.....	30
4. Prinsip-prinsip Etika berdagang dalam Islam	31
5. Pasar Tradisional.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Pendekatan Penelitian	42
C. Lokasi Penelitian	43
D. Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	43

BAB IV PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
1. Sejarah Singkat Pasar Mardika Ambon.....	46
2. Struktur Organisasi Pasar Tradisional Mardika ambon	48
B. Hasil Penelitian	48
1. Gambaran Responden	48
2. Hasil wawancara para pembeli di Pasar Tradisional Mardika Ambon	51
3. Hasil wawancara dengan pedagang di pasar Mardika Ambon.....	52
C. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Tradisional Mardika Ambon.....	55
D. Praktek etika Bisnis Islam Oleh Pedagang Di Pasar Mardika Ambon.....	62
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	69



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Etika Bisnis Islam Dalam Sistem Jual Beli Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pasar Mardika Ambon)”

Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag , Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan studi.
2. Prof. Dr. H. Saifullah, SH., M.Hum. Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ijin dan rekomendasi penelitian.
3. Dr. Fakhruddin, M.HI, Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Islam Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan kepercayaan kepada penyusun untuk melakukan penelitian.
4. Dr. H. Khairul Anam, Lc., M.HI, Dosen Pembimbing , yang telah memberikan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
6. Terlebih utama Kepada kedua orang tua saya yang telah mengasuh saya dari kecil hingga besar tumpah mengurangi rasa hormat saya ucapkan terimah kasih sebesar-sebesarnya
7. Kepala Pasar Mardika Kota Ambon serta para pedagang yang telah memberikan ijin penelitian
8. Sahabat-sahabatku, Abng Ahmad Rahanyaan, Risman Resi Serang, M. Agam Renuat, Zubaida Alkatiri, yang telah membantu dalam penulisan skripsi.
9. Teman-teman kuliah dan anak-anak kosan yang telah memberikan motivasi, pemikiran mereka untuk selesainya skripsi.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini memberi manfaat bagi peneliti, pembaca, maupun dunia pendidikan pada umumnya.

Malang, 22 april 2021

Muhammad Khatami Serang 15220198

ABSTRAK

Muhammad Khatami Serang. NIM 15220198 “Etika Bisnis Islam Dalam Sistem Jual Beli Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus Di Pada Mardika Ambon)”. Skripsi program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Dosen Pembimbing I, Dr. H. Khoirul Anam, Lc., M.HI

Dengan latar belakang penelitian ini peneliti terfokus pada pedagang sembako, sayur-sayuran, dan ikan di Pasar Tradisional Mardika Ambon, karena bahan sembako sering dibutuhkan oleh konsumen dan para pedagang tersebut mayoritas beragama Islam tetapi meskipun demikian dalam proses jual beli banyak sekali terjadi kecurangan dan praktik yang diharamkan karena manusia memiliki keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Pokok permasalahan dalam penelitian tersebut adalah kurangnya pemahaman terhadap etika bisnis Islam. Metode penelitian yang dapat digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dimana peneliti terjun langsung ke lapangan guna mengumpulkan berbagai data-data terkait untuk mendukung permasalahan yang diteliti. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan tiga cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil yang ditemukan di lapangan adalah dalam praktek jual beli oleh pedagang pasar tradisional Mardika Ambon tidak mengimplementasikan etika bisnis Islam dikarenakan mereka belum memahami tentang etika bisnis Islam tersebut. Kesimpulan yang dapat penulis kemukakan dalam penulisan skripsi ini adalah para pedagang pasar tradisional Mardika Ambon belum sepenuhnya menjalankan prinsip yang sesuai dengan bisnis Islam. Dalam praktek jual beli, etika bisnis Islam tidak dipraktekan oleh para pedagang, mereka selalu mengabaikan prinsip-prinsip etika bisnis dalam proses jual beli barang dagangan mereka.

Kata Kunci: Etika bisnis Islam, pedagang, pasar tradisional dan jual beli

ABSTRACT

Muhammad Khatami Serang. NIM 15220198 "Islamic Business Ethics in the Buying and Selling System of Traditional Market Traders (Case Study in Mardika Ambon)". Thesis of Sharia Economic Law study program, Sharia Faculty of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Supervising Lecturer I, Dr. H. Khoirul Anam, Lc., M.HI

With the background of this research, the researchers focused on traders of basic necessities, vegetables and fish in the Mardika Ambon Traditional Market, because the basic food ingredients are often needed by consumers and the traders are predominantly Muslim but even though Thus in the buying and selling process there is a lot of fraud and practices that are prohibited because humans have the desire to get a large profit. The main problem in this research is a lack of understanding of Islamic business ethics. The research method that can be used in this research is a qualitative method in which the researcher goes directly to the field to collect various related data to support the problem under study. The data in this study were obtained in three ways, namely observation, interviews and documentation. The results found in the field are that the practice of buying and selling by traditional market traders Mardika Ambon does not implement Islamic business ethics because they do not understand Islamic business ethics. The conclusion that the writer can put forward in writing this thesis is that Mardika Ambon traditional market traders have not fully implemented the principles in accordance with Islamic business. In trading practices, Islamic business ethics are not practiced by traders, they always ignore the principles of business ethics in the process of buying and selling their merchandise.

Keywords: Islamic business ethics, traders, traditional markets and buying and selling

المخلص

أخلاق العمل السالمية في نظام البيع والشراء لتجار السوق التوليديين (دراسة " محمد خاتمي سيرانج، نيم ٨٩٠٢٢٥١
 أطروحة برنامج دراسة القانون الاقتصادي الشرعي ، كلية الشريعة بجامعة الدولة السالمية " (حالة في مارديكا أمبون
 مولانا مالك إبراهيم مانج ، المشرف على المحاضر الأول ، د. خوارول أنام ، ماجستير ، ماجستير إدارة العمل

مع خلفية هذا البحث ، ركز الباحثون على التجار من الضروريات الأساسية والخضروات والسمك في سوق مارديكا أمبون التوليدي ، أن المفونات الغذائية الأساسية غالبًا ما يحتاجها المستهلكون والتجار هم من المستهلكين في الغالب ، ولكن على الرغم من ذلك ، في عملية الشراء والبيع ، هناك الكثير من عمليات التجنيل والممارسات ممنوع أن البشر لديهم الرغبة في الحصول على ربح كبير. المشكلة الرئيسية في هذا البحث هي عدم فهم أخلاقيات العمل السالمي. إن طريقة البحث التي يمكن استخدامها في هذا البحث هي طريقة نوعية يذهب فيها الباحث مباشرة إلى الميدان لجمع البيانات المخلتة ذات الصلة لدعم المشكلة قيد الدراسة. تم الحصول على البيانات في هذه الدراسة من ثلاث طرق وهي اللحظة والمقابلة والتوثيق. النتائج التي تم العثور عليها في هذا المجال هي أن ممارسة البيع والشراء من قبل تجار السوق التوليديين مارديكا أمبون تطبق أخلاقيات العمل السالمية أنهم لم يطبقوا العمل السالمي. النتائج التي يمكن لكتاب طرحه في ثنابة هذه الأطروحة هو أن تجار سوق مارديكا أمبون التوليديين لم يطبقوا بالكامل المبادئ ونقًا لأعمال السالمية. في الممارسات التجارية ، ال ممارس التجار. أخلاقيات العمل السالمية ، نعم يتجاهلون دائمًا مبادئ أخلاقيات العمل في عملية شراء وبيع سلعهم

البيانات المقدمة: أخلاقيات العمل السالمي ، التجار ، الأسواق التوليدية ، البيع والشراء

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jual beli merupakan akad yang umum digunakan oleh masyarakat. dalam setiap pemenuhan kebutuhannya, masyarakat tidak bisa meninggalkan akad ini. Untuk memperoleh makanan misalnya, terkadang masyarakat tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan itu dengan sendirinya, tapi membutuhkan dan berhubungan dengan orang lain, sehingga terbentuk akad jual beli.¹

Islam dengan segala kelebihan yang dimilikinya selain karena islam adalah sebuah agama spiritual, Islam juga adalah konsep agama sosial yang diterapkan dalam segala sendi kehidupan manusia. Konsep sosial Islam sangat jelas memberikan batasan dan kemampuan manusia untuk berekspresi dan berinovasi yang tidak keluar dari norma etika moral yang dikenal dengan istilah akhlak karimah yang juga didalamnya berhubungan dengan bagaimana umat manusia itu menjelaskan system kemasyarakatannya.

Dalam bermuamalah ini kemudian secara mikro mengatur tentang perpindahan kepemilikan yang disebut dengan jual beli. Seorang pengusaha muslim tidak akan mencekik konsumen dengan mangambil laba sebanyak-banyaknya.² Demikian pula semestinya seorang yang memiliki kemampuan untuk membeli suatu barang tentu tidak harus menawarkan sampai hilang batas rasionalitas akan keuntungan yang dapat diraup oleh pedagang. Pedagangpun harus menjual barang yang masih layak untuk dikonsumsi, tidak boleh menjual barang yang sudah tidak layak untuk dikonsumsi, seperti sayuran yang layu, ikan yang sudah berubah warnanya

¹ Dimyauddin Djuwaini, Pengantar Fiqh Muamalah, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2008), hlm. 69

² Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gama Insani, 1997), hlm 36.

hingga melek, serta mempermainkan timbangan saat menimbang barang dagangannya, supaya ada keseimbangan antara masing-masing pihak yang sedang jual beli.

Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, dilaksanakan dengan manajemen tanpa perangkat teknologi modern dan mereka lebih memiliki golongan pedagang menengah kebawah dan tersebar, baik di kampung-kampung kota-kota kecil dan kota-kota besar dengan masa operasi rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari. Sesuai dengan perkembangannya dikenal dengan pasar tradisional maupun pasar modern. Sedangkan pasar modern adalah pasar yang menggunakan teknologi modern, konsumennya dan pedagang dari golongan menengah ke atas, harga yang ditawarkan tetap dan sistem pelayanannya sendiri.

Pesatnya perkembangan ekonomi menimbulkan persaingan semakin tinggi dalam berbisnis. Pelaku bisnis selalu menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan ditengah persaingan yang begitu tinggi bahkan mereka sering mengabaikan etika bisnis dalam menjalankan bisnis. Pasar Tradisional masih banyak ditemukan pedagang yang mengabaikan etika bisnis, mereka menyimpang dari etika bisnis hanya untuk meraut keuntungan hingga melakukan penyimpangan-penyimpangan seperti pengurangan takaran dari timbangan, barang yang berkualitas bagus dengan yang kurang bagus dioploskan serta penjualan barang haram masih ditemukan banyak terjadi di pasar tradisional.³

Sekarang ini terdapat kecenderungan berbisnis yang kurang sehat antara pengusaha muslim atau bahkan dengan yang lainnya, sebagai contoh misalnya pengusaha yang menjatuhkan dan menjelek-jelekkan rekan bisnis maupun produk yang dari apa yang mereka usahakan, sehingga jika tidak diatasi tentu akan menimbulkan persoalan di kalangan pengusaha yang tidak sehat.

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

Para pedagang yang tidak memahami etika bisnis Islam biasanya menjalankan bisnisnya tidak memperdulikan masalah-masalah baik dan buruk, halal dan haram serta etika dalam menjalankan bisnis itu sendiri, sehingga sering terjadi adalah praktek-praktek yang melanggar etika bisnis dalam setiap rutinitas berdagang. Ditinjau dari segi etika, fenomena yang terjadi dikalangan pedagang pasar tradisional mardika adalah mereka tetap mempertahankan harga barang jualan seperti sayur-sayuran tanpa memperhitungkan kerusakannya, mestinya jika sayuran tersebut sudah mulai layu harus dijual dengan harga murah agar cepat laku sebab jika tetap dengan harga mahal maka sudah barang tentu busuk dan dibuang.

Selain itu, para pedagang yang beragama islam juga lalai dalam menjalankan sholat, hal tersebut terlihat bahwa ketika adzan dikumandangkan menandakan waktu shalat telah tiba dan Allah menganjurkan untuk menghentikan segala aktivitas termasuk jual beli dan menyegerakan untuk melaksanakan shalat. Namun hanya sedikit dari mereka yang melakukan hal ini dan tetap menjalani aktivitasnya dalam berdagang dengan berbagai alasan. Hal ini berarti mereka telah menunda-nunda waktu shalat demi kepentingan dunia.

Para pedagang dalam melakukan perdagangan tetap mengatakan secara jujur bahwa barang dagangan yang dijualnya berkualitas baik tanpa campuran dengan barang yang berkualitas buruk. Konsumen atau pembeli sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan khususnya di pasar tradisional yang dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan.

Konsumen sangat memerlukan informasi yang jujur oleh pedagang saat melakukan jual beli. Nabi Muhammad SAW selalu mempraktekkan nilai kejujuran, Nabi terkenal sebagai orang yang jujur dalam berdagang. Sesuai dalam firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Syu'ara: 181-183:

أَوْ تَدُونَ وَإِنَّكُمْ لَفِي عِندِ رَبِّكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُرَوِّدُونَ (181) وَزِنُوا بِالْقِسْوَاسِ أَدْلَىٰ وَبِئْسَ الَّذِي تَوَزَنُونَ (182) وَالَّذِينَ يَدْعُونَ أَنفُسَهُمْ إِلَىٰ سَبْرِ اللَّهِ فَسَوْفَ يُعَذِّبُهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا (183)

(يَدْعُو أَنْفُسَهُمْ إِلَىٰ سَبْرِ اللَّهِ) 183
 م هـ د
 د

Terjemahnya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; 181 dan timbanglah dengan timbangan yang lurus; 182. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; 183.⁴

Ayat tersebut diatas telah menganjurkan kepada seluruh ummat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam berbisnis.⁵

Dalam pandangan Islam, pasar bukan hanya tempat bertemunya penjual dan pembeli, tetapi juga merupakan pertemuan yang dimana pembeli datang dengan permintaan akan barang yang diinginkan dan dibutuhkan sedangkan penjual ada dengan barang-barang kebutuhan pokok lainnya. Dimana antara penjual dan pembeli akan terjadi tawar menawar terhadap suatu barang yang akan menghasilkan suatu kesepakatan tingkat harga akan barang yang diminta oleh pembeli. Jika diantara kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli sudah menyepakati hasil kesepakatan akan harga barang, maka harga suatu barang tersebut sudah ditetapkan dan disetujui oleh kedua belah pihak yang bersangkutan.

Sikap jujur dan adil dalam kegiatan perdagangan haruslah menjadi dasar utama, ini biasanya dapat diteladani dari sikap Nabi Muhammad SAW saat kegiatan melakukan perdagangan. Dalam berdagang beliau senantiasa berlaku jujur dan adil. Dalam berdagang sekiranya ada empat sifat yang harus diteladani dari Nabi Muhammad SAW yaitu, Pertama jujur

⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005),
⁵Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 154



(siddiq), jujur dan adil hendaknya menjadi sikap utama oleh seorang pedagang, dan bukan melakukan penipuan terhadap konsumen demi meraut keuntungan pribadi semata. Khalifa Umar ra, meriwayatkan. Bahwasanya Nabi Muhammad SAW memukul sebagian pedagang dengan tongkatnya saat berkeliling pasar sambil berkata: tidak boleh ada yang berdagang di pasar ini, kecuali mereka yang memahami hukum perdagangan dan berlaku jujur serta adil. Jika tidak maka berarti mereka memakan riba baik ia sadar ataupun tidak.

Kedua, tabligh maksudnya ialah seorang pedagang hendaknya mampu berkomunikasi dengan baik kepada pembeli, dan mampu mendeskripsikan dagangannya secara baik kepada pembeli. Ketiga, amanah maksudnya ialah seorang pedagang haruslah dapat dipercaya. Seorang pedagang hendaknya dapat memegang amanah/titipan orang lain, sehingga pembeli akan percaya dan sangat mungkin untuk kembali membeli lagi. Keempat, fathonah maksudnya ialah seorang pedagang hendaknya memiliki pengetahuan yang luas, terampil, cekatan dan memiliki visi misi yang cerdas, serta mengetahui ilmu pengetahuan yang luas mengenai barang dan jasa. Tidak sedikit para pedagang yang melakukan penyimpangan dalam berbisnis. Hal semacam ini rawan terjadi di pasar tradisional. Perilaku menyimpang itu antara lain pengoplosan barang kualitas bagus dengan barang yang kualitasnya buruk, pengurangan takaran dari timbangan.⁶ Hal seperti ini merupakan suatu hal yang dilarang oleh syariat Islam. Karena didalam syari'at islam sangat dianjurkan menggunakan etika didalam berbisnis.

Salah satu segmen yang menarik untuk dibicarakan adalah Pasar Tradisional Mardika Ambon. Di Pasar Tradisional Mardika Ambon terdapat 1769 pedagang, antara lain ialah pedagang sembako, pedagang pakaian dewasa dan anak, pedagang jajanan, pedagang mainan anak-anak, dan pedagang eletronik, padagang ikan, pedagang saur-sayuran, pedagang buah-

⁶ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singaparna Kab. Tasikmalaya*, (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Tasikmalaya, 2010), hal. 2.

buah pedang Hand Phone dan aksesornya, dll. Pedagang di Pasar Tradisional Mardika Ambon sebagian besar tidak memahami etika bisnis Islam sehingga dalam proses jual beli tidak mempraktekkan etika bisnis. Pada hal Pasar Tradisional Mardika Ambon mempunyai karakter yang tidak sama bedahnya dengan pasar lainnya di kota Ambon baik dari segi lokasi yang bersebelahan dengan pasar Batu Merah maupun segi lain dimana pasar tersebut buka dan beraktifitas sama seperti pasar lain juga. Tujuannya berdagang sangatlah jelas, yakni meraih laba atau untung yang besar. Namun para pedagang pasar tersebut masih sedikit yang memperdulikan terhadap etika bisnis.

Dalam penelitian ini peneliti terfokus pada pedagang sembako, sayur-sayuran, dan ikan di Pasar Tradisional Mardika Ambon, karena bahan sembako sering dibutuhkan oleh konsumen dan para pedagang tersebut mayoritas beragama Islam tetapi meskipun demikian dalam proses jual beli banyak sekali terjadi kecurangan dan praktik yang diharamkan karena manusia memiliki keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Pedagang sembako, sayur-sayuran dan ikan sering tidak menghiraukan etika didalam berdagang. Para pedagang tersebut selalu bersikap semaunya sendiri dalam mencari suatu laba.

Pengurangan takaran sering dijumpai pada praktik perdagangan barang sembako dan sayur-sayuran. Seperti pada saat menjual beras seberat 1 kg, pada saat menimbang beras pedagang tersebut memberikan takaran yang kurang dari 1 kg pada seorang pembeli, dan hal semacam ini tidak hanya dilakukan oleh satu pedagang saja. Selain itu penakaran pada gula pasir juga tidak mencapai takaran yang semestinya. Takaran gula pasir yang seberat 1 kg selalu kurang dari takaran aslinya, hal yang sama juga terdapat di pedagang cabai, jika pembeli membeli 1 cupa ternyata cupanya dialas sehingga ukuranya bukan 1 cupa penuh melainkan seperdua cupa, dan masih terdapat kecurangan lainnya yang oleh peneliti menganggap sangat bertentangan

dengan etika bisnis. Di sisi lain pada saat melayani pembeli para pedagang juga tidak memiliki sifat ramah. Hal sedemikian sering dijumpai pada saat pembeli menawar harga barang dagangannya. Melihat permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti secara mendalam kegiatan atau perilaku yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Tradisional Mardika Ambon berdasarkan perspektif etika bisnis Islam.

Dari latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap perilaku para pedagang di pasar tradisional Mardika Ambon dengan mengangkat judul penelitian “Etika Bisnis Islam Dalam Sistem Jual Beli Pedagang Pasar tradisional (Studi Kasus Di Pasar Mardika Ambon)”.

B. rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat penulis rumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah pedagang di pasar tradisional Mardika Ambon memahami etika bisnis Islam?
2. Bagaimana implementasi etika bisnis Islam bagi pedagang di pasar tradisional Mardika Ambon?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perilaku pedagang dalam melayani pembeli di pasar tradisional Mardika Ambon.
2. Untuk mengetahui tinjauan perspektif etika berdagang dalam Islam terhadap perilaku pedagang di pasar tradisional Mardika Ambon.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yakni:

1. Dapat menambah informasi dan wawasan pengetahuan mengenai perilaku pedagang di pasar tradisional Mardika Ambon
2. Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat pula sebagai sumbangan pemikiran bagi pihak lain atau peneliti berikutnya yang kelak dapat digunakan sebagai bahan kajian lebih lanjut.

E. Defenisi Oprasional

Peneliti memberikan beberapa defenisi dari judul penelitian ini agar tidak terjadi pemahaman yang keliru dari koridor penelitian sebagai berikut:

1. Pengertian Etika

K Bertens dalam buku akhlaknya menjelaskan. Morals berasal dari bahasa Yunani Kuno, lebih spesifiknya kata ethos dalam soliter memiliki banyak implikasi: bidang, tempat tinggal, stabil, kecenderungan, adat istiadat, karakter, etika, sentimen, perspektif. Dalam bentuk jamaknya adat istiadat, akhlak diidentikkan dengan kecenderungan hidup yang dapat diterima, metodologi hidup yang hebat, baik dalam perorangan maupun di arena publik. Kecenderungan hidup yang besar ini dirangkul dan diberikan mulai dari satu usia lalu ke usia berikutnya.

Secara etimologis akhlak berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua kata yaitu ethos dan ethikos. Ethos menyiratkan titik konvensional, karakter konstan, alam. Ethikos menyiratkan kesopanan, etika, perilaku, dan perbuatan besar. Kemudian, istilah moral berasal dari bahasa latin mores, yaitu sejenis jama dari mos, yang mengandung arti adat istiadat atau kecenderungan terhadap budi pekerti, budi pekerti, tingkah laku dan gaya hidup. Kemudian

dalam bahasa arab kata akhlak dikenal dengan istilah akhlak yang artinya budi pekerti. Sedangkan dalam bahasa Indonesia disebut permintaan moral.⁷

Aturan atau standar di arena publik dididik secara lisan, diketahui, dipahami, dan disebarkan, kecenderungan hidup yang besar ini diperlukan sebagai aturan. Aturan, aturan atau standar pada dasarnya menyangkut manfaat perilaku manusia, atau moral dianggap sebagai pelajaran yang berisi perintah dan larangan berkenaan dengan perilaku manusia, perintah yang harus dipatuhi dan larangan yang harus dihindari.

Akhlak membatasi dirinya dari tatanan yang berbeda dengan penjelasan apa yang baik ?. Ini adalah bagian utama dari pertanyaan moral. Bagaimanapun, selain itu tugas mendasar adalah untuk mengeksplorasi apa yang perlu dilakukan orang, semua bagian dari pembahasan penalaran tentang apa itu, sedangkan cara berpikir moral membahas apa yang harus diselesaikan.

Meskipun keduanya diidentikkan dengan pasang surut aktivitas manusia, namun akhlak dan etika memiliki implikasi yang beragam. Kualitas etika secara umum akan memahami kualitas besar dan buruk dari setiap demonstrasi manusia itu sendiri, sedangkan etika mengandung arti penyelidikan baik dan buruk. Moral Karnanya secara teratur terkait dengan kualitas yang mendalam (atau kualitas yang mendalam). Jadi cenderung dikatakan, kapasitas akhlak sebagai hipotesis dari aktivitas baik dan buruk yang dalam cara berpikir ada di sana-sini dibandingkan dengan cara berpikir moral.

Moral dalam frase disinggung sebagai studi tentang yang baik dan yang buruk, atau semuanya, hipotesis tentang kualitas. Dalam Islam, hipotesis kualitas mengakui lima kelas besar dan buruk, khususnya sangat baik, hebat, tidak bias, mengerikan, dan sangat buruk. Kualitas

⁷ Hasbullah Bakry, *Sistematika Filsafat*, (Jakarta: Wijaya, 1978), h.9.

dikendalikan oleh Tuhan, karena Tuhan Yang Maha Diberkati yang dibebaskan dari segala kekurangan.

2. Pengertian Bisnis

Kesuluruhan rangkaian kegiatan menjalankan investasi terhadap sumber daya yang ada dan dapat dilakukan baik secara individu maupun kelompok adalah bisnis, untuk meningkatkan taraf hidup dan memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan menciptakan barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan/laba yang sebesar-besarnya.

Diindikasikan oleh Allan Afuah, bisnis adalah sebuah gerakan usaha perseorangan yang dikoordinasikan untuk menghasilkan aset untuk menawarkan tenaga kerja dan hasil produk yang menghasilkan keuntungan guna memenuhi kebutuhan masyarakat dan eksis dalam usaha tersebut. Sukirno mengatakan bahwa bisnis adalah suatu tindakan untuk mencari keuntungan, semua orang atau orang atau kumpul-kumpul saling berlatih, tentunya mencari keuntungan agar kebutuhan sehari-hari dapat terpenuhi. Mengenai Griffin dan Ebert, bisnis adalah asosiasi yang memberikan produk atau administrasi untuk berurusan dengan niat penuh untuk menghasilkan keuntungan. Tidak ada yang bekerja sama untuk kemalangan kecuali untuk keuntungan.

Seperti yang ditunjukkan oleh Hooper, bisnis adalah semua dan setiap seluk-beluk yang ada di berbagai bidang seperti kesepakatan dan industri penting, mempersiapkan, dan memproduksi dan mengorganisir, apropriasi, perbankan, perlindungan, transportasi, dll yang melayani dan memasuki seluruh alam semesta bisnis. secara keseluruhan. Bisnis Madura adalah elemen yang dibuat untuk mengirimkan tenaga kerja dan produk kepada klien, setiap bisnis melakukan pertukaran dengan yang lain. Orang-orang ini menanggung hasil bisnis, mereka

adalah kolaborasi lintas-utilitarian dalam bisnis dengan menggarisbawahi persyaratan supervisor dari berbagai wilayah praktis untuk meningkatkan manfaat dalam mencapai tujuan bersama.

Untuk menjalankan bisnis, penting untuk menyiapkan strategi terlebih dahulu, penataan bisnis digunakan untuk menyiapkan tujuan dan desain pergerakan dalam mencapai tujuan tersebut. Latihan bisnis melibatkan berbagai mitra yang mendukung pencapaian bisnis. Terlebih lagi, dalam mengarahkan bisnis, administrator bisnis harus melakukan kapasitas dewan, yang mencakup tugas atau kreasi, mempromosikan, keuangan, sumber daya manusia, akutansi dan sebagainya, keuntungan merupakan sasaran mendasar dalam bisnis.

3. Pengertian Jual Beli

Kesepakatan kesepakatan dan pembelian adalah jenis perkembangan hak dan komitmen dari dua pertemuan yang menjamin satu sama lain, untuk lebih spesifik penjual dan pembeli, sebagaimana diatur dalam Pasal 1457 hingga Pasal 1540 KUHP, yang mengatur pembelian dan penjualan. Pembelian dan penjualan adalah pemahaman yang khas antara individu-individu dari populasi umum. Dalam Pasal 1457 KUHP berkenaan dengan pentingnya pembelian dan penjualan sebagai berikut: *"Pemahaman, di mana satu pihak mengikatkan diri untuk menyerahkan pasal, dan pihak lain menangani biaya yang telah dijaminan."*

Sesuai Pasal 1457 dari Kode Umum di atas, cenderung dianggap bahwa pembelian dan penjualan adalah pengaturan yang proporsional, di mana pedagang bersedekap untuk menyerahkan hak milik atas sesuatu dan pembeli bersedekap untuk membayar sejumlah uang sebagai konsekuensinya. Hak istimewa tanggung jawab untuk hal yang awalnya diklaim oleh dealer berpindah tangan ke pembeli jika telah ada alat angkut yuridis sesuai pengaturan Pasal 1459 dari Common Code.

Sebagaimana diindikasikan oleh Pasal 1458 KUHP, kesepakatan jual beli dianggap sebagai tuan rumah terjadi antara kedua pertemuan tersebut, setelah individu-individu ini telah sampai pada suatu pemahaman tentang material dan biaya, padahal materi tersebut belum ada. telah disampaikan, dan juga belum ada biaya yang dibayarkan, barang dagangan dan biaya-biaya ini adalah komponennya. kepala kesepakatan dan pengaturan pembelian. Pasal 1517 dari Kode Umum, dengan asumsi pembeli tidak mengikuti biaya produk yang dibeli, itu adalah motivasi penawaran default kepada pedagang.

untuk meminta pembayaran atau penghapusan suatu pengaturan yang seperti yang ditunjukkan oleh pengaturan Pasal 1266 dan Pasal 1267 KUHP "biaya" adalah sebagai sejumlah uang tunai. Dalam hal pengaturan tidak menyinggung kedua hal tersebut (barang dagangan dan uang tunai), maka akan mengubah pengertian menjadi perdagangan, atau jika biayanya sebagai administrasi, pengaturan berubah menjadi pengaturan kerja, dll. Mengenai jual beli, sampai saat ini disimpulkan bahwa satu perkumpulan memiliki produk dan pihak lainnya memiliki uang tunai.

4. Sistem Jual Beli

Jual beli adalah saling tukar menukar antara benda dengan harta benda atau harta benda dengan uang ataupun saling memberikan sesuatu kepada pihak lain, dengan menerima imbalan terhadap benda tersebut dengan menggunakan transaksi yang didasari saling ridha yang dilakukan secara umum. Berdasarkan penjabaran di atas terdapat beberapa masalah tentang jual beli, maka terlebih dahulu akan dikemukakan beberapa pengertian jual beli baik secara etimologi

maupun secara terminologi. Jual beli menurut istilah atau etimologi Tukar menukarsesuatu dengan sesuatu yang lain.⁸

Sedangkan jual beli menurut bahasa adalah sebagaimana di jelaskan berikut ini. Pengertian jual beli menurut bahasa adalah tukar menukar secara mutlak.⁹Berdasarkan pengertian tersebut maka jual beli adalah tukar menukar apa saja, baik antara barang dengan barang, barang dengan uang atau uang dengan uang.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulis menyertakan beberapa informasi pendukung, seperti abstrak, daftar isi, daftar pustaka, foto-foto kegiatan penelitian, dan sejumlah dokumen lainnya.

BAB Pertama yakni Pendahuluan, dimana peneliti menguraikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Operasional Dan Sistematika Penelitian.

BAB Kedua yakni kajian pustaka, peneliti mengkaji Penelitian Terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian, Perilaku Pedagang, Etika Bisnis Dalam Islam dan Kajian Tentang Pasar Tradisional

BAB Ketiga yakni Metode Penelitian, metode penelitian disini berisi Jenis Penelitian dan Lokasi dan Waktu Penelitian, Sumber Data Penelitian, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data

BAB Keempat yakni Analisis, dimana data berupa informasi-informasi deskriptif yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi diolah, disintesiskan, diorganisasi, diurutkan, dan diklarifikasi sesuai dengan penelitian yang ada. Selanjutnya, data yang telah matang tersebut

⁸ Ahmad Wardi Muslich, Fikih Muamalah. Amzah, Jakarta, 2010, Cet Ke-1, hlm., 173

⁹ Sayyid Sabiq, Alih Bahasa Oleh, Kamaluddin A. Marzuki, Fikih Sunnah,Alma'rif, Bandung, 1997, hlm., 47

dianalisis sesuai dengan perspektif teori yang ada serta diarahkan agar mampu menjawab pertanyaan pada rumusan masalah.

BAB Kelima yakni Penutup, terdiri dari Kesimpulan dan Saran. Disini, peneliti memberikan penjelasan secara singkat hasil penelitian, agar titik permasalahan dapat ditemukan dan dapat diselesaikan. Di samping itu, peneliti juga memberikan saran kepada pihak terkait dengan penelitian ini. Laporan penelitian ini disajikan dalam lima bab, yaitu bab I hingga bab V.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian yang menyajikan perbedaan dan persamaan bidang kajian yang diteliti antara peneliti dengan peneliti-peneliti yang sudah melakukan penelitian dengan topik yang sama. Hal demikian diperlukan untuk menghindari adanya pengulangan dan plagiasi terhadap penelitian sebelumnya, dimana peneliti berfokus pada perilaku pedagang di pasar tradisional dalam perspektif etika berdagang dalam Islam di Pasar Mardika Batumerah Ambon. Olehnya itu, dalam penyusunan proposal skripsi, penulis mengkaji beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang dibahas. Adapun beberapa penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Penelitian *pertama* yakni, penelitian yang dilakukan oleh *Rahmawati dengan judul "Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kecamatan Marpoyan Damai Di Pekanbaru Menurut Perspektif Etika Ekonomi Islam, 2011.* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan transaksi jual-beli di pasar arengka Kecamatan Marpoyan Damai telah dijalankan dengan baik dan terlihat dari dua variabel yang digunakan dua variabel (sikap keimanan dan kebiasaan) dominan menunjukkan setuju dengan setiap pernyataan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis dalam transaksi penjualan yang selama ini diterapkan oleh para pedagang didapat dari warisan secara turun-temurun dari orang tua (nasehat orang tua) ataupun didapat secara otodidak (alami) dengan pertimbangan etis dan tidak etis.¹⁰

¹⁰Rahmawati, *Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kecamatan Marpoyan Damai Di Pekanbaru Menurut Perspektif Etika Ekonomi Islam, 2011.* Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2011.

Penelitian *kedua* yakni, penelitian yang dilakukan oleh Hasnah Rimiyati dengan judul “*Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pengusaha UMKM Muslim Di Kota Yogyakarta)*, 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai kewirausahaan Islami yaitu: kejujuran, kemauan bekerja keras, menepati janji, tertib administrasi, selalu berdoa, membayar zakat dan sedekah secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha. Secara parsial, variabel kejujuran, kemauan bekerja keras, menepati janji, tertib administrasi, selalu berdoa, membayar zakat dan sedekah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha, sedangkan variabel kepemimpinan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.¹¹

Penelitian *ketiga* yakni, penelitian yang dilakukan oleh Dyan Arrum Rahmadani, dengan judul *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa para pedagang di pasar tradisional Petepamus Makassar tidak mengetahui etika bisnis Islam, akan tetapi dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan sesuai dengan etika bisnis Islam, dilihat dari tidak melupakan ibadah shalat wajib, berdo’a dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati.¹²

Penelitian *keempat* yakni, penelitian yang dilakukan oleh Dyas Nur Fajrina, dengan judul “*Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari’ah Pada Wirausaha Muslim (Study Pada Wirausaha*

¹¹Hasnah Rimiyati, *Penerapan Nilai-Nilai Kewirausahaan Islami Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Pengusaha UMKM Muslim Di Kota Yogyakarta)* 2015. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jurnal. Vol 7, No 2 September 2016.

¹²Dyan Arrum Rahmadani, *Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makassar Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.

Muslim di Perumahan Kaliwungu Indah-Kendal) 2015. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah para wirausahawan di Perumahan Kaliwungu Indah telah menerapkan bisnis berbasis syariah dalam kegiatan bisnisnya. Setiap kegiatan seorang muslim harus berlandaskan ajaran agama Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist. Kegiatan bisnis-pun tetap harus mengikuti ajaran-ajaran agama Islam. Berbeda dengan sistem bisnis kapitalis yang hanya mencari keuntungan semata tanpa memikirkan bagaimana proses dalam menjalankan bisnis dan menggunakan hasil usahanya. Dalam ajaran Islam, bisnis yang berbasis syari'ah adalah bisnis yang dilakukan dengan memperhatikan cara memperolehnya dan menggunakan hasil yang telah diperoleh. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa hampir semua wirausahawan telah menerapkan bisnis yang sesuai dengan aturan Islam. Wirausaha muslim di Perumahan Kaliwungu Indah telah menerapkan etika bisnis Islam dengan tidak melakukan praktek mal bisnis dan tetap melakukan ibadah wajib saat mereka berbisnis. Bagi mereka kewajiban akan menjadi prioritas. Sedangkan dalam penggunaan hasil usaha dapat dilihat dari kemauan mereka menyisihkan hasil usaha yang diperoleh untuk membantu orang lain dalam bentuk infaq dan sodaqah. Hasil yang disisihkan untuk beramal mereka berikan kepada anak yatim piatu, masjid, dan yayasan atau organisasi yang mengelola dana untuk kepentingan umat. Kegiatan bisnis wirausaha muslim harus selalu pada koridor agama Islam agar cara dan hasil usaha yang digunakan mendapatkan ridho dan rahmat dari Allah SWT. Sehingga dalam semua kegiatannya, seorang muslim mampu mendapatkan kesejahteraan dunia dan akhirat.¹³

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, bila ditelusuri tentunya sepintas terdapat persamaan dan perbedaan. Adapun persamaan dari keempat penelitian tersebut dengan yang akan diteliti oleh penulis yakni sama-sama mengkaji tentang

¹³Dyas Nur Fajrina, *Analisis Penerapan Bisnis Berbasis Syari'ah Pada Wirausaha Muslim (Study Pada Wirausaha Muslim di Perumahan Kaliwungu Indah-Kendal) 2015.* Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.

etika bisnis dalam Islam yang berkaitan dengan kegiatan perdagangan dan perekonomian. Sedangkan perbedaan dari keempat penelitian tersebut dengan yang diteliti oleh penulis yakni terletak pada lokasi dan objek penelitian yang berfokus pada perilaku pedagang di pasar tradisional dalam perspektif etika berdagang dalam Islam di Pasar Mardika Batumerah Ambon sehingga penulis yakin sungguh bahwa hasil penelitian tentunya memiliki perbedaan dari kelima penelitian sudah diteliti sebelumnya

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Perilaku

Menurut Zakiyah dan Wirawan yang mengutip pendapat Purwanto.¹⁴, mengatakan bahwa perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara melakukan sesuatu, dan bereaksi terhadap sesuatu yang datang dari luar maupun dalam dirinya, termasuk cara berbicara.

Perilaku adalah pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap objek. Tingkah laku seseorang yang senantiasa didasarkan oleh okondisi juga disebut perilaku, tindakan memikirkan atau mengenal seseorang yang terlibat dalam situasi memecah masalah. Pendekatan perilaku yang berhubungan dengan psikologi manusia adalah salah satu perilaku yang mempengaruhi manusia. Pendekatan perilaku (Behaviorisme) merupakan pendekatan yang sangat bermanfaat untuk menjelaskan konsep diri, persepsi interpersonal, eksperimen, sosialisasi serta ganjaran dan hukum. Behaviorisme percaya bahwa perilaku manusia merupakan hasil dari proses belajar. Perilaku manusia adalah hasil belajar dari lingkungannya itu sendiri. Oleh karena itu, lingkungan dapat mempengaruhi manusia.

Pendekatan Neurobiologis juga merupakan pendekatan yang menjelaskan

¹⁴Zakiyah dan Bitang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)*, Jurnal Sociologie, Vol. 1, h. 331.

hubungan perilaku dengan psikologi manusia. Pendekatan ini mencoba menjelaskan hubungan antara perilaku yang dapat diamati dan kejadian-kejadian mental seperti (pikiran dan emosi) menjadi proses biologi. Pandangan bahwa faktor biologi evolusioner yang menyatakan bahwa manusia, seperti makhluk lainnya di planet bumi ini, telah mengalami proses evolusi biologis selama sejarah keberadaannya, dan hasil dari proses ini adalah kita sekarang memiliki sejumlah besar mekanisme psikologi yang merupakan hasil evolusi yang membantu kita untuk tetap hidup atau mempertahankan keberadaan kita.¹⁵

a. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjalan, usaha kerajinan, atau usaha pertukaran kecil, pedagang juga bisa diartikan orang yang dengan moral relatif bervariasi yang berusaha di bidang produksi dan penjualan barang atau jasa-jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok masyarakat. Pedagang merupakan pelaku ekonomi yang paling berpengaruh dalam sektor perdagangan karena kontribusinya adalah sebagai penghubung dari produsen ke konsumen kesejahteraan seorang pedagang dapat diukur dari penghasilannya, oleh karena itu faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang harus diperhatikan supaya pendapatan pedagang stabil dan kesejahteraannya meningkat sehingga kegiatan jual-beli di pasar tetap berjalan lancar, jumlah pedagang yang ada akan tetap bertahan dan semakin bertambah. Pedagang dapat dikategorikan dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. Pedagang besar/distributor/agen tunggal

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

2. Pedagang menengah/agen/grosir

¹⁵Robert A. Baron, *Psikologi Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 12.

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

3. Pedagang eceran/pengecer

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

b. Perilaku pedagang

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk kepada norma-norma moral yang terdapat pada masyarakat.¹⁶ Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.¹⁷

¹⁶Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2002, h. 41.

¹⁷Wazin, *Relevansi antara Etika Bisnis Islam Dengan Perilaku Wirausaha Muslim* (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten), *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 1 No. 1 Januari-Juni 2014, h. 13

Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebajikan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep falah yang terdapat dalam Al-Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai falah, aktifitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral. Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral.¹⁸

Dalam Bukunya Yusuf Qordawi tentang Norma dan etika ekonomi Islam secara tegas telah memisahkan antara perilaku perdagangan dengan nilai-nilai. Diantara nilai-nilai syariah atau norma-norma tersebut adalah sebagai berikut..¹⁹

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan

Komoditas yang diperjual belikan yaitu barang yang halal dan baik. Selanjutnya Allah SWT memerintahkan umat Islam agar senantiasa memproduksi, mendistribusi, mengkonsumsi serta mentrasaksikan barang dagangan yang baik lagi halal sebagaimana dalam firman-Nya dijelaskan:

لَا تَجْعَلْ مَوْلَاكَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ عِوَابًا ۗ إِنَّ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ عِوَابًا ۗ إِنَّ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ عِوَابًا ۗ إِنَّ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ عِوَابًا ۗ

Terjemahnya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”²⁰

Seperti yang kita ketahui bahwa segala sesuatu diciptakan oleh Allah saw untuk digunakan dan melayani manusia, namun bukan berarti kita bebas tanpa batas melanggar larangannya, karena selain dari pada perintah untuk taat terdapat pula perintah larangan terutama yang berkaitan dengan bisnis perdagangan yaitu Larangan memakan barang yang haram seperti

¹⁸Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002, h.5

¹⁹ Yusuf Qordhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta Gema INsani Press, 1997, h, 173

²⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2005, h. 25



Perilaku dari nilai ini diantaranya adalah tidak melakukan bai'y gharar (jual beli yang mengandung ketidakjelasan), tidak bertransaksi dengan lembaga riba, menyempurnakan timbangan dan takaran, tidak melakukan penimbunan barang dengan tujuan memperlmainkan harga, bersegera dalam membayar hutang kalau sudah tiba waktunya, melakukan pencatatan terhadap semua transaksi usaha, dan membayar gaji karyawan tepat waktuse sebagaimana Allah berfirman dalam QS asy-Syuu'ara/26:181-182

أَوْ نُؤْتُوا أَكْثَرًا ۚ فَلْيَسِّرْ لَنَا رِبَاً وَزِينًا ۚ وَتُؤْتُوا ۚ وَتُؤْتُوا ۚ وَتُؤْتُوا ۚ
 وَأَوْ نُؤْتُوا أَكْثَرًا ۚ فَلْيَسِّرْ لَنَا رِبَاً وَزِينًا ۚ وَتُؤْتُوا ۚ وَتُؤْتُوا ۚ وَتُؤْتُوا ۚ
 خ ط س ط 182

Terjemahnya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.²³

4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli

Kasih sayang dijadikan Allah lambang dari risalah Muhammad SAW. Islam ingin menegakkan dibawah naungan norma pasar. Kemanusiaan yang besar menghormati yang kecil, yang kuat membantu yang lemah, yang bodoh belajar dari yang pintar, dan manusia menentang kezaliman. Oleh sebab itu, Islam mengharamkan monopoli, satu unsur yang berlaku dalam paham kapitalis disamping riba. Yang dimaksud monopoli ialah menahan barang dari perputaran di pasar sehingga harganya naik. Di antara perilaku yang berhubungan dengan nilai ini adalah tidak menggusur pedagang lain, tidak monopoli, dan tidak menjelek-jelekkan bisnis orang lain.

5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.

Salah satu moral terpuji ialah sikap toleran dan menjauhkan faktor eksploitasi. Tindakan eksploitasi banyak mewarnai dunia perdagangan, terutama perdagangan yang berada dibawah naungan kapitalis. Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak-hak orang lain demi

²³*Ibid*, h. 374

terpeliharanya persaudaraan. Jika individu dalam sistem kapitalis tidak mengindahkan hal-hal yang berkaitan dengan etika seperti tidak mengindahkan perasaan orang lain, tidak mengenal akhlak dalam bidang ekonomi, dan hanya mengejar keuntungan, maka sebaliknya, Islam sangat memperhatikannya. Islam menganjurkan kepada pedagang agar mereka bersedekah semampunya untuk membersihkan pergaulan mereka dari tipu daya, sumpah palsu dan kebohongan.

6. Berpegang pada prinsip

Perdagangan adalah bekal menuju akhirat. Bekal pedagang menuju akhirat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan ialah, meskipun seorang muslim telah meraih keuntungan jutaan dollar lewat perdagangan dan transaksi, ia tidak lupa kepada Tuhannya. Ia tidak lupa menegakkan syariat agama, terutama shalat yang merupakan hubungan abadi antara manusia dan Tuhannya.

Perilaku yang berhubungan dengan nilai ini diantaranya adalah tidak bertransaksi pada waktu shalat jumat, tidak meninggalkan shalat/tidak melalaikan diri dari ibadah, niat yang lurus, selalu ingat kepada Allah dalam berdagang, mengukur waktu berdagang dan puas dengan keuntungan yang diperoleh, menghindari syubhat, dan membayarkan zakat.

2. Etika berdagang dalam Islam

a. Pengertian Etika

Menelusuri asal usul etika tak lepas dari asli kata *ethos* dalam bahasa Yunani yang berarti kebiasaan (*custom*) atau (*character*). Dalam kata lain dalam pemaknaan dan kamus Webster berarti “*the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution*” artinya (karakter istimewa, sentiment, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi).²⁴

²⁴Achmad Charris Zubair, *Kuliah Etika*, (Rajawali Press, Ed. III, Januari 2005), h. 13-15.

Dalam makna yang lebih tegas, yaitu kutipan dalam buku kuliah Etika mendefinisikan etika secara terminology bahwa etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.²⁵

Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral (*moral consciousness*) yang memuat keyakinan ‘benar atau tidak’ sesuatu perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self-respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya. Tindakan yang diambil olehnya harus ia pertanggungjawabkan pada diri sendiri. Begitu juga dengan ikatannya terhadap orang lain bila pekerjaan tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian.

Etika bukanlah sebuah ajaran namun sebuah ilmu, yang menurut Magnis Suseno yang dikutip Johan Arifin. Moralitas yang memberi kita norma tentang bagaimana kita harus hidup. Sedangkan etika justru melakukan refleksi kritis atau norma atau ajaran moral tertentu. Moralitas adalah petunjuk konkret yang siap pakai tentang bagaimana kita harus hidup. Perwujudan dan pengejawantahan secara rasional dan kritis ajaran moral siap pakai adalah etika. Keduanya mempunyai fungsi yang sama, yaitu memberikan orientasi kepada kita bagaimana dan kemana kita melangkah dalam hidup ini. Bedanya adalah moralitas langsung mengatakan kepada kita.²⁶

Berdasarkan beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang, tata cara berperilaku seseorang dalam menunjukkan perbuatan baik, buruk, harus, salah, benar dan lain sebagainya.

b. Pengertian Bisnis

²⁵Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 4-6.

²⁶Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung: CV ALFABETA, 2004), h. 9-10.

Bisnis adalah pertukaran jasa, barang, atau uang yang saling memberikan manfaat atau menguntungkan. Makna dasarnya dari arti bisnis ialah sebagai “*the buying and selling of good and services*”. Berlangsungnya bisnis karena adanya kebergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha meningkatkan dan mempertahankan standar hidup serta kebutuhan-kebutuhan lainnya.²⁷ Juga disebut sebagai suatu kegiatan usaha individu (privat) yang melembaga dan terorganisasi, untuk menjual barang atau jasa guna mendapatkan penghasilan dan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.²⁸ Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (profit), mempertahankan kebutuhan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggungjawab sosial. Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, profit memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal di dalam memulai bisnis.

Seseorang yang melakukan suatu bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan jika ia mengambil risiko, dengan memasuki suatu pasar baru dan siap menghadapi persaingan dengan bisnis-bisnis lainnya. Organisasi bisnis yang mengevaluasi kebutuhan dan permintaan konsumen, kemudian bergerak secara efektif masuk ke dalam suatu pasar, dapat menghasilkan keuntungan yang substansial. Adapun kegagalan bisnis, sebagian besar adalah karena kesalahan atau kekurangan manajemen atas manusia, teknologi, bahan baku, dan modal. Perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pengarahan, dan manajemen karyawan yang efisien menghasilkan keuntungan yang memuaskan. Namun demikian, selain efektivitas manajerial,

²⁷Pandi anoraga, *manajemen Binis* (Jakarta: Rineka Cipta & sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) dan BPD Jateng, 1997), 2; Muhammad, *Etika Bisnis Ilami*, (Yogyakarta: Akademi manajemen Perusahaan YKPN, 2004), h.37.

²⁸Muhammad Djakfa, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah* (Yogyakarta: PT LKIS Printing Cemerlang, 2009), h.25.; Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Press, 2008).

tingkat keuntungan bisnis sangatlah bergantung pada besarnya industri, besarnya bisnis, dan lokasi bisnis.²⁹

Menurut Buchari Alma, bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.³⁰ Berbisnis merupakan salah satu jenis pekerjaan yang saat ini sedang marak menjadi perbincangan. Bisnis tidak bisa lepas dari kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jadi, bisnis merupakan tindakan individu dan sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

b. Etika berdagang dalam Islam

Sebelum berbicara tentang etika berdagang dalam Islami lebih jauh, perlu diketahui tentang etika bisnis. Secara teoretis dapat membedakan dua pengertian etika yaitu berasal dari bahasa Yunani “*Ethos*” berarti adat istiadat atau kebiasaan sehingga dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang lain atau dari satu generasi yang lainnya.

Etika dalam pengertian kedua ini sebagai filsafat moral, atau ilmu yang membahas nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas dan etika dalam pengertian pertama. Dengan demikian, etika dalam pengertian yang pertama berisikan nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam kehidupannya. Hal ini berkaitan dengan perintah

²⁹*Ibid*, h. 15.

³⁰Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*; (Bandung: Alfa Beta, 2003), h.3.

³³Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gemilang Insani Press, 1997), h. 5.



Terjemahnya: "Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui."³⁴

Ayat tersebut menegaskan tentang ketentuan dalam berdagang atau jual beli yang harus dilakukan secara suka sama suka, tidak boleh dengan cara yang batil termasuk mengintimidasi, eksploitasi dan pemaksaan. Salah satu kondisi yang harus dihilangkan dalam menciptakan untuk saling ridha adalah terbebasnya transaksi jual beli dari proses penipuan.³⁵ Sebagaimana Rasulullah saw, selaku pelaku bisnis beliau menerapkan ekonomi yang berdasarkan kejujuran sebagai etika dasar dengan tidak menyembunyikan kekurangan dan mengunggulkan barang dagangannya melainkan berdasarkan realita Rasulullah saw, bersabda yang artinya; "Dari Abu Said dari Nabi saw. bersabda: Pebisnis yang jujur dan terpercaya bergabung dengan para Nabi, orang-orang benar (Siddiqin) dan para Shuhada (pada hari kiamat).³⁶ Jadi sesuai dengan pernyataan di atas Etika berdagang dalam Islam menurut Mustaq Ahmad adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadits.³⁷

Menurut Muhammad Djakfar, etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Al-Qur'an dan hadits yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam aktivitas bisnis.³⁸ Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah SAW, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (holistik). Dalam arti etika

³⁴Departemen Agama RI, *Ibid*, h. 33.

³⁵Hamzah Hasan Khaeriyah, *fiqh Istishad, Ekonomi Islam, Kerangka Dasar, Studi Tokoh Dan Kelembagaan Ekonomi*. (Makassar: Alauddin University Press, 2013), h. 153.

³⁶Al-Turmodzi, Sunan at-Turmodzi (Jz III, Beirut: Dar-al Fiqr, 1400), h. 153.

³⁷Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2001), h. 152.

³⁸Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 84.

berdagang dalam Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntunan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.³⁹

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

3. Fungsi Etika Berdagang Dalam Islam

Sebagaimana di ungkapkan oleh Sahata, bahwa etika berdagang dalam Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut:⁴⁰

- 1) Membangun kode etik yang Islami yang mengatur, mengembangkan dan menancapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari resiko.
- 2) Kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggungjawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis, masyarakat, dan di atas segalanya adalah tanggungjawab di hadapan Allah swt.

³⁹*Ibid.*, h. 85.

⁴⁰Faishal Badroen, dkk. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2007, h. 27.

- 3) Kode etik ini dipersepsi sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
- 4) Kode etik data memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja.
- 5) Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara mereka semua.

Secara konkrit dapat diilustrasikan, jika seorang pelaku bisnis peduli pada etika, maka bisa diprediksi ia akan bersifat jujur, amanah, adil, dan selalu melihat kepentingan orang lain. Sebaliknya, bagi mereka yang tidak mempunyai kesadaran akan etika, dimanapun, kapanpun, mereka akan selalu memiliki sikap kontraproduktif dengan sikap mereka yang peduli terhadap etika.

Seorang pengusaha dalam pandangan etika berdagang dalam Islam, bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhai oleh Allah SWT. Ini berarti, yang harus diraih oleh seorang bisnis muslim adalah keuntungan immaterial (ukhrawi). Kebendaan yang profance (*intransenden*) baru bermakna apabila diimbangi dengan kepentingan spiritual yang transenden (ukhwari).⁴¹

4. Prinsip-prinsip Etika berdagang dalam Islam

Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya).⁴² Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh

⁴¹Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami : Tataran Teoritis dan Praktis*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), h. 86.

⁴²Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h. 896.

pelaku etika bisnis. Maka prinsip-prinsip dapat dirinci dengan kategori yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Prinsip *Unity* (Tauhid)

Menurut Syed Nawab Naqwi R. Lukman Fauroni, kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu *homogeneous whole* atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.⁴³

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.⁴⁴ Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek- aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sifat Raqib (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.⁴⁵

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal sebagai berikut:⁴⁶ *pertama*, menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. *Kedua*, menghindari terjadinya praktek-praktek kotor

⁴³R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006, h. 144

⁴⁴Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, h.

89. ⁴⁵Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, h. 13 ⁴⁶Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 15-16.

bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. Ketiga, menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda.

2. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*)

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

Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan yang kita lihat di alam semesta merefleksikan konsep keseimbangan yang rumit ini.⁴⁷ Tatanan ini pula yang dikenal dengan *sunnatullah*. Sifat keseimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan merupakan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan sikap keseimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah swt dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatan wasatan*. Untuk menjaga keseimbangan antara mereka yang mempunyai dan mereka yang tak mempunyai, Allah swt menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan.

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

⁴⁷Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004, h. 55

sebagaimana mestinya. Orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan membawah dirinya untuk mengakomodir hak orang lain sehingga jika tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman.⁴⁸

Dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) secara tegas menjelaskan tentang pelaku keadilan dan keseimbangan dalam bisnis agar seorang pengusaha muslim menyempurnakan takarang bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, hal ini membawa akibat yang terpuji dan merupakan perbuatan yang benar pula. Pada struktur bisnis dan ekonomi, kulaitas keseimbangan dapat mengendalikan tindakan manusia, maka harus memenuhi beberapa persyaratan, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Al-Mutaffifin ayat 1-3.

وَالَّذِينَ إِذَا أَتَوْا بِمُقْتَدِرٍ أَسْرَبُوا
 وَالَّذِينَ إِذَا تَوَارَعُوا لِبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ
 وَالَّذِينَ إِذَا أُسْأِلُوا آيَةً سَأَلُوا سَائِلًا
 بِمَا كَانُوا يَفْعَلُونَ
 وَالَّذِينَ إِذَا أُسْأِلُوا آيَةً سَأَلُوا سَائِلًا
 بِمَا كَانُوا يَفْعَلُونَ

Terjemahnya: Kecelakaan besarlah bagi oorang-orang yang curang; (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta di penuhi; dan apabila mereka menakar dan menimbang untuk orang lain mereka mengurangi.⁴⁹

Hubungan dasar antar konsumsi, distribusi dan produksi harus berhenti pada suatu keseimbangan tertentu demi menghindari pemusatan kekuasaan ekonomi dan bisnis dalam genggamannya segelintir orang. Keadaan perekonomian yang tidak konsisten dalam distribusi pendapatan dan kekayaan harus ditolak karena Islam menolak daur tertutup pendapatan dan kekayaan yang menjadi semakin menyempit. Akibat pengaruh dari sikap egalitarian yang kuat demikian, maka dalam ekonomi dan bisnis Islam tidak mengakui adanya, baik hak milik yang terbatas maupun sistem pasar yang bebas tak terkendali. Hal ini disebabkan bahwa ekonomi dan bisnis dalam pandangan Islam bertujuan bagi penciptaan keadilan sosial.

Dengan demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan pikir kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan

⁴⁸Djafar Muhammad, *Etika Bisnis Dalam Perspektif, ...* h.147

⁴⁹Kementerian Agama RI, *Ibid*, h. 585.



bagi manusia melainkan bagi menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia menjadi khalifah.

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

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

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

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

⁵⁰Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004, h. 56.

kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam dengan adanya larang bentuk monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.

Potensi kehendak bebas dalam melakukan apa saja demi mencapai tujuan ada pada diri manusia sebagai khalifa dimuka bumi yang dianugerahkan Allah, dari potensi kebebasannya hendak dijadikan sebagai sarana untuk mengarahkan serta membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai aturan syari'ah. Berdasarkan hal tersebut, kemudia berlaku bebas atau berkehendak menerapkan pada semua aspek kehidupan, tak terkecuali dalam dunia ekonomi khususnya bisnis.

4. Prinsip Pertanggungjawaban (*responsibility*)

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

Pertanggungjawaban dalam dunia bisnis sangat diperlukan. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan.

Bahkan pertanggungjawaban merupakan kekuatan dinamis individu menciptakan suatu kehidupan yang dinamis dalam masyarakat. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang pebisnis lakukan baik ketika memproduksi barang, jual beli, bertransaksi, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan

⁵¹ Issa Beekum Rafik, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 40

yang berlaku⁵² Sebab tanggungjawab merupakan prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia.

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

5. Prinsip Kebajikan (Ihsan)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat. Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, keihsanan adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati (leniency) dapat terkait dengan keihsanan. Jika diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain.

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

⁵²Arifin Johan, *Etika Bisnis islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h.144

⁵³Rafik Issa Beekum, *Ibid*, h. 41

aksioma ihsan dalam bisnis, meliputi: 1) Kemurahan hati (*leniency*), 2) Motif pelayanan (*service motives*) dan 3) Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.⁵⁴

5. Pasar Tradisional

a. Pengertian pasar tradisional

Pasar dalam ide metropolitan Jawa adalah peristiwa berulang yang berirama di mana pertukaran bukanlah perhatian utama melainkan asosiasi keuangan yang lebih signifikan. Pasar sebagai kerangka menyiratkan pasar yang memiliki unit bagian-bagian yang memiliki kapasitas untuk membantu kapasitas umum, atau juga dapat diartikan sebagai pasar yang telah menunjukkan bagian-bagian pertukaran yang secara tegas diidentifikasi dengan latihan pertukaran, misalnya kehadiran di suatu daerah atau tempat, adanya pengaturan tugas untuk pedagang, adanya berbagai jenis barang yang dipertukarkan, adanya tindakan penciptaan, penyebaran, pertukaran dan keberadaan organisasi metode perdagangan. Dalam arti sebenarnya, pasar menyiratkan tempat acara sosial di antara dealer dan pembeli untuk membeli dan menjual produk, atau memperdagangkan barang dagangan.

Pasar konvensional adalah tempat terbuka tempat terjadinya interaksi transaksi jual beli yang dimungkinkan proses tawar-menawar.⁵⁵

Di sektor bisnis tradisional, para tamu pada umumnya bukanlah pembeli, tetapi mereka juga bisa menjadi pedagang. Sejujurnya, setiap orang bisa menjual produknya di bidang usaha adat.

⁵⁴*Ibid*, h. 43.

⁵⁵Sadilah, *Eksistensi Pasar Tradisional Relasi dan Jaringan Pasar Tradisional di Kota Semarang Jawa Tengah*. Kementerian Budaya dan Pariwisata, 2011), h. 2.

Sektor bisnis konvensional merupakan bidang moneter yang vital bagi sebagian besar penduduk di Indonesia. Tidak sedikit orang yang membutuhkan yang mengandalkan sektor usaha adat untuk pekerjaannya. Menjadi broker di sektor bisnis konvensional merupakan pekerjaan elektif di tengah pengangguran di Indonesia. Pasar adat umumnya diasosiasikan dengan toko-toko kecil di desa-desa sebagai kulakan. Sektor usaha konvensional di wilayah provinsi juga terkait dengan sektor usaha adat di kawasan metropolitan, yang dimanfaatkan menjadi habitat diskon bagi pedagang di pasar negara sekitarnya. Sektor usaha adat menjadi penggerak utama perekonomian daerah setempat.

b. Komponen Pasar Konvensional

Negeri Badui telah berjumpa selama bertahun-tahun dalam pergerakan moneter, jalur pelayaran negara arap sekitar kemudian meluas dari Yaman ke zona Mediterania, Islam ditemukan di tempat di mana ada kelahiran yang memiliki tindakan finansial yang tinggi. Pelajaran sendiri Islam diungkap melalui Nabi Muhammad SAW, seorang pria yang secara alami dikenalkan dengan keluarga pedagang, Muhammad menikahi seorang pedagang (Siti Khadija) dan dia melakukan perjalanan untuk bekerja ke Suriah (band). Budaya Islam tampaknya telah memberikan kontribusi yang luar biasa bagi kemajuan pergantian moneter peristiwa dan hipotesis keuangan itu sendiri. Murray Rothbard memperhatikan bahwa dalam sejarah Islam telah ada pemahaman tingkat tinggi tentang definisi dan kapasitas pasar (pendidikan) dalam bahan investigasi skolastik yang ditemukan dalam penyelidikan para peneliti (School of Salamanca) pada abad keenam belas, latar belakang sejarah kuno. Kemajuan manusia Yunani sebagai laporan dekat. Perkembangan pemikiran di sekolah tersebut diperkirakan terpengaruh dari kajian para sarjana muslim, warisan peradaban Yunani bahkan spanyol berasal dari penerjemahan buku-buku arab dalam kajian akademik mereka.

Islam benar-benar membuat situasi pasar yang diuraikan oleh nilai-nilai syariat meskipun tetap dalam lingkungan yang serius. Dalam Islam, pasar adalah kendaraan yang ideal untuk pertukaran moneter, baik secara hipotetis maupun dasarnya. Konsekuensinya, otoritas publik memiliki peran penting dalam mewujudkan pasar syariah, komitmen individu pelaku pasar, serta membutuhkan campur tangan pemerintah.

Pasar di mana terdapat persaingan yang kuat yang diuraikan oleh kualitas Islam dan kualitas mendalam yang terdiri dari standar yang berlaku untuk Muslim dan standar yang berlaku untuk populasi secara keseluruhan seperti persaingan yang sehat, kewajaran, kesetaraan dan transparansi adalah gambaran dari pasar Islam.

Standar penting yang diinstruksikan oleh Kurir diidentifikasi dengan komponen pasar sebagai gantinya, kedua pemain dapat menjual dan membeli barang dagangan dengan sungguh-sungguh, menyiratkan bahwa tidak ada halangan atau perantara dari pertemuan yang berbeda dalam menentukan harga produk.

Menyinggung pasar pada jam Nabi adalah jenis instrumen Islam dalam mengelola kenaikan biaya produk yang diwaspadai. Atribut dari sistem pasar Islam adalah sebagai berikut:

1. Adanya data yang memadai tentang pengaruh pasar terhadap produk.
2. Individu diizinkan masuk dan keluar pasar.
3. Kenaikan dan penurunan biaya di pasar disebabkan oleh naik turunnya pasar organik.
4. Komponen monopoli harus dikeluarkan dari pasar. Perjanjian antara vendor dan pembeli harus dihentikan. Otoritas publik dapat berkontribusi jika ada infrastruktur penahan

5. Adanya homogenitas dan normalisasi barang untuk menghindari duplikasi, misrepresentasi, dan pemerasan barang dalam hal kualitas barang.
6. Jauhkan dari penyimpangan dari peluang moneter yang sah seperti pengingkaran, ketidakcukupan dalam estimasi, estimasi, pengukuran. Anggota pasar juga dilarang menjual barang dagangan, prostitusi, dan taruhan yang melanggar hukum.

Kenaikan harga pokok produk disebabkan oleh kurangnya barang dagangan karena peristiwa bencana, sehingga dalam keadaan sekarang ini otoritas publik dapat menengahi dengan melaksanakan pedoman nilai. Pedoman nilai dilakukan untuk menjaga keaslian pedagang (pelaku bisnis penghibur). Jenis gangguan negara dalam komponen pasar adalah sebagai pengontrol, mengawasi dan mengelola instrumen pasar dengan tujuan agar berjalan seimbang agar dapat menghasilkan biaya yang wajar. Islam berpegang teguh pada kerangka keuangan ekonomi yang tidak dibatasi, tingkat nilainya tergantung pada kekuatan penawar dan permintaan. Jika situasi ekonomi berjalan normal, otoritas publik tidak diizinkan untuk ikut campur dalam sistem pasar. Meskipun demikian, jika biaya di pasar tidak, pada titik ini dikendalikan oleh kekuatan penawar dan permintaan, misalnya, kenaikan harga barang yang layak disebabkan oleh kekurangan barang dagangan di pasar karena aktivitas pengujian yang mengukur barang tertentu yang dibutuhkan oleh masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penyusunan penelitian ini menggunakan jenis penelitian empiris. Penelitian hukum empiris yaitu penelitian yang sumber datanya diperoleh dari lapangan (*field research*), tentunya langsung bertemu dengan narasumber. Metode Penelitian Hukum Empiris juga dapat diartikan metode penelitian hukum untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat.⁵⁶ Peneliti juga akan melakukan observasi lapangan serta melakukan wawancara dan dokumentasi untuk mengetahui langsung pelaku pedagang di pasar tradisional dalam perspektif etika berdagang dalam Islam di pasar tradisional Mardika Ambon.

B. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti yaitu para pedagang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik bidang tertentu. Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia) di mana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik.⁵⁷ melainkan analisis data dilakukan secara induktif. Dalam penelitian ini meneliti tentang perilaku pedagang di pasar tradisional Mardika Ambon.

⁵⁶Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 31

⁵⁷ Burhan Bungin (ed), *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, h. 42

C. Lokasi Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan di Pasar Mardika Ambon yang terletak di Kecamatan Sirimau Kota Ambon Provinsi Maluku. Waktu penelitian ini rencana akan dilaksanakan selama 1 (satu) bulan setelah proposal ini diseminarkan.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis data, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek peneliti.⁵⁸ Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara maupun observasi langsung dengan para pedagang di pasar tradisional Mardika Ambon, serta informan yang terkait dengan penelitian ini. Dengan kata lain data primer diperoleh dari para pedagang sebagai informan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lain, misalnya dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi, website, buku, jurnal, serta data yang diperoleh dari kantor petugas pasar tradisional yang menunjang penelitian..

E. Teknik Pengumpulan Data

⁵⁸ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu – Ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Cet . 1, 2004 h 122

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan dua metode pengambilan data, yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sistematis mengenai fenomena sosial yang kemudian dilakukan pencatatan oleh peneliti sesuai dengan format yang diobservasikan.⁵⁹ Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah mengenai perilaku pedagang yang ada di pasar tradisional Mardika Ambon, kemudian melakukan perbandingan terkait dengan unsur-unsur etika berdagang dalam Islam yang telah dicontohkan oleh Rosulullah SAW, apakah telah diterapkan atau tidak, oleh para pedagang yang ada di pasar Mardika Ambon.

b. Wawancara

Wawancara (interview), Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan para pedagang pasar Mardika Ambon. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (semi structure interview) artinya peneliti menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaannya lebih bebas, dalam arti tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas.⁶⁰

c. Dokumentasi

⁵⁹Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Preaktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), h. 63.

⁶⁰ Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta 2013), Cet. 23.

Dokumentasi, penulis mengambil bukti penelitian dengan cara melakukan kegiatan penelitian selama penelitian berlangsung, guna menghindari hal-hal yang dianggap dapat mencurangi hasil penelitian. Dengan adanya dokumentasi ini penulis dapat mengumpulkan data-data dengan kategori pengklasifikasian bahan-bahan yang berhubungan dengan masalah-masalah yang diteliti.

F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil wawancara maupun observasi, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif yaitu penulisan dengan menggunakan pengamatan terhadap gejala, peristiwa, dan kondisi aktual yang terjadi sesuai fakta di lapangan. Analisis data dalam metode penelitian kualitatif di lakukan secara terus menerus dari awal hingga akhir penelitian, serta teori guna dapat mendiskripsikan data.⁶¹ Data yang diperoleh diklasifikasikan menurut focus permasalahannya kemudian data tersebut diolah dan di analisis berdasarkan tujuan penelitian, kemudian hasilnya akan di simpulkan

⁶¹ Prastowo, A. (2016). Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Ar-Ruzz Media. Yogyakarta.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Pasar Mardika Ambon

Penulis dalam penelitian ini membahas tentang penerapan etika bisnis Pedagang Pasar Tradisional Pada Pasar Mardika Ambon. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui langkah observasi di lapangan yang peneliti kajikan.

Mengingat pentingnya keberadaan pasar dalam melayani kebutuhan masyarakat, pasar merupakan fasilitas umum yang melayani hampir seluruh kebutuhan sandang dan pangan masyarakat, maka perkembangan pertumbuhan pasar dibutuhkan harus cepat. Badan Layanan Umum Daerah atau (BLUD) dan Unit Pelaksana Teknis Dinas atau (UPTD) Pasar merupakan organisasi yang bertugas mengelola pasar, mengatur, menata dan membina para pedagang yang berjualan di pasar tradisional Mardika Ambon. Badan Layanan Umum Daerah dan Unit Pelaksana Teknis Dinas Pasar berada di bawah Dinas, Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan UKM Kota Ambon yang dibentuk tahun 2002 berdasarkan Peraturan Walikota Ambon Nomor 46 Tahun 2002 yang dipimpin seorang kepala yang dalam melaksanakan tugas dan fungsi memimpin Badan Layanan Umum Daerah dan Unit Pelaksana Teknis Dinas Pasar Mardika Ambon.

Pasar tradisional Mardika Ambon sudah berada sebelum tahun 2002, mengingat kota Ambon dilanda konflik antar umat beragama sehingga sebagian besar dari pasar tersebut rusak total hingga pedagang pun tidak melakukan jual beli, setelah kondisi kota ambon sudah mulai kondusif barulah pedagang mulai masuk melakukan penjualan, namun pengelolaannya masih bersifat darurat yakni

Oleh Dinas Pasar dan tahun 202 dibentuklah Satuan Kerja (satker) pengelola pasar Kota Ambon berdasarkan Peraturan Walikota Ambon Nomor 46 tahun 2002 yang merupakan unit kerja dibidang pengelola pasar meliputi, merencanakan, mengatur, mengawasi, membina, mengatur, mengkoordinasikan, membina dan mengelola administrasi keuangan, asset dan barang perlengkapan pasar. Pasar yang berada di Kecamatan Sirimau Kota Ambon adalah pasar **Mardika** sendiri dan pasar **Batumerah** yang terbagi dalam, pasar sayur, pasar ikan, pasar sembako, pasar, pasar daging dan pasar buah, pasar pakaian, pasar elektronik dan lain-lain.

Pasar tradisional **Mardika** Ambon merupakan pusat pasar terbesar bagi pembelanjaan masyarakat Kota Ambon bahkan luar daerah Ambon dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. **Mardika** merupakan wilayah yang dianggap pedagang sangat strategis. Sejak zaman colonial daerah tersebut sudah mendapat perhatian dari oleh colonial sebagai pusat perdagangan, ini dibuktikan dengan adanya pembangunan benteng **Viktoria** yang letaknya bersebelahan dengan pasar tradisional **Mardika** tersebut. Pedagang menganggap kegiatan perdagangan dapat dilakukan dengan baik, sehingga dapat memberikan dampak baik untuk para pedagang dalam melakukan perdagangan atau mata pencaharian mereka, yang pada umumnya tumbuh dilingkungan tempat bisnis. Sementara itu, secara administratif pasar **Mardika** ini masuk dalam Kelurahan **Mardika** Kecamatan **Sirimau** Kota Ambon, Propinsi Maluku.

Kawasan pasar **Mardika** Kota Ambon yang memiliki fungsi sebagai kawasan perdagangan masyarakat dalam melakukan aktifitas berdagang. Sebelum terjadinya konflik antar umat **Bergama** di Maluku pasar **Mardika** hanya memiliki satu lokal. Namun setelah kondisi Maluku sudah aman barulah pemerintah propinsi Maluku membangun empat lokal yang disebut **Blok A**, **B**, dan **blok C**, **D** pada tahun 2004 sedangkan **blok D** dibangun pemerintah kota Ambon tahun 2007 jumlah pedagang dalam memenuhi permintaan konsumen semakin meningkat seiring

perkembangan zaman serta pertumbuhan penduduk yang ada di Kota Ambon saat ini. Sehingga pemerintah kota Ambon dalam mengembangkan pasar Mardika Ambon selalu melakukan perluasan untuk memenuhi kebutuhan pedagang.

2. Struktur Organisasi Pasar Tradisional Mardika ambon

Unit organisasi seperti Badan Layanan Umum Daerah dan Unit Pelaksana Teknis Dinas yang bernaung di bawah dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi dan UKM Kota Ambon yang dibentuk berdasarkan keputusan Walikota Ambon Nomor 46 tahun 2002. Badan Layanan Umum Daerah dan Unit Pelaksanaan Teknis Dinas Pasar memiliki struktur organisasi yang mengacu pada Peraturan Walikota Ambon Nomor 46 tahun 2002. Adapun susunan organisasi Badan Layanan Umum Daerah atau (BLUD) dan Unit Pelaksana Teknis Dinas Pasar Kota Ambon.

Dalam menjalankan organisasi Badan Layanan Umum Daerah dan Unit Pelaksana Teknis Dinas Pasar dapat dijelaskan berdasarkan struktur terdiri dari 1 orang kepala dan 1 orang kasubbag, Sedangkan beberapa orang dalam kelompok fungsional tata usaha, serta 1 orang sebagai pelaksana operasional. Jumlah personil tersebut tidak semuanya berstatus pegawai negeri sipil namun ada juga dari non PNS.

B. Hasil Penelitian

1. Gambaran Responden

Pada bagian ini peneliti menggambarkan hasil wawancara kepada pedagang dalam melakukan transaksi penjualan di pasar Mardika Ambon, terlebih dahulu peneliti membahas mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis usaha, lama mereka berjualan, usia dan pendidikan terakhir. Peneliti dalam penelitian ini menentukan responden sebanyak 20 orang,

mencakup 20 pedagang yaitu pedagang sayur 5 orang, pedagang ikan 5 orang, pedagang daging ayam 5 orang, pedagang sembako 5 . Gambaran responden secara umum sebagai berikut:

1. deskripsi Responden Berdasarkan Pedagang

Pasar bagi pedagang menjadi tempat andalan dalam menjual hasil dagangannya, tidak terlepas dari barang yang ingin diperjualbelikan kepada masyarakat, salah satunya adalah sayur, ikan, daging ayam, sembako, pakaian. Data profil pasar tahun 2019 Kota Ambon menyatakan bahwa, jumlah pedagang ikan di pasar ikan sebanyak 267 pedagang. Pasar daging sebesar 15 pedagang serta pedagang sayuran berjumlah 373 pedagang. Berikut data pedagang dalam menjual dagangannya sebagai berikut:

Tabel 1: Responden Penjual Sayur

No	Umur	Jualan	Pendidikan	Lama Usaha
1	42 Tahun	Sayuran	SMP	15 Tahun
2	57 Tahun	Sayuran	SMA	23 Tahun
3	53 Tahun	Sayuran	SMA	10 Tahun
4	39 Tahun	Sayuran	SD	20 Tahun
5	41 Tahun	Sayuran	SD	6 Tahun

1 Responden Penjual Sayuran

Tabel 2: Responden Penjual Ikan

No	Umur	Jualan	Pendidikan	Lama Usaha
1	35 Tahun	Ikan	SD	19 Tahun
2	50 Tahun	Ikan	SMA	20 Tahun
3	24 Tahun	Ikan	SMA	15 Tahun
4	33 Tahun	Ikan	SMP	21 Tahun
5	25 Tahun	Ikan	SMP	15 Tahun

1 Responden Penjual Ikan

Tabel 3: Responden Penjual Daging Ayam

No	Umur	Jualan	Pendidikan	Lama Usaha
1	26 Tahun	Daging Ayam	SMA	7 Tahun
2	51 Tahun	Daging Ayam	S1	6 Tahun
3	32 Tahun	Daging Ayam	SMA	10 Tahun
4	39 Tahun	Daging Ayam	SMA	13 Tahun
5	52 Tahun	Daging Ayam	S1	8 Tahun

1 Responden Penjual Daging Ayam

Tabel 4: responden Penjual Sembako

No	Umur	Jualan	Pendidikan	Lama Usaha
1	45 Tahun	Sembako	SMP	8 Tahun
2	28 Tahun	Sembako	SMA	20 Tahun
3	53 Tahun	Sembako	SMA	13 Tahun
4	56 Tahun	Sembako	SMA	15 Tahun

5	54 Tahun	Sembako	SMA	15 Tahun
---	----------	---------	-----	----------

1 Responden Penjual Sembako

Berdasarkan Tabel diatas peneliti menemukan bahwa pedagang yang berada di pasar Mardika Ambon memiliki semangat yang tinggi dalam berdagang walaupun usia semakin bertambah, tujuannya adalah untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka, pedagang di pasar tersebut menjual beberapa macam dagangan seperti sayuran, ikan, daging, ayam, sembako, elektronik, pakaian, dan lain sebagainya

2. Hasil wawancara para pembeli di Pasar Tradisional Mardika Ambon

Hasil wawancara dengan peneliti dengan pembeli di pasar tradisional Mardika Ambon bernama ibu Yuni yang beusia 36 tahun, memberikan paparan bahwa, *“Setiap harinya saya belanja di sini, karena barang-barang di sini semuanya ada dan kebutuhan yang saya inginkan juga ada. Saya juga merasa senang berbelanja di sini, saya juga menemukan beberapa pedagang yang menjual barang yang sudah tidak layak untuk dijual hingga saya tidak mau beli meskipun saya ditawarkan oleh penjual, ada juga beberapa pedagang yang kurang ramah dalam melayani pembeli. Jadi saya kadang-kadang kurang puas. Kadang kalau pedagangnya kurang ramah saya takut dan tidak mau belanja di tempat tersebut. Jadi saya beralih untuk mencari pedagang lain”*.⁶²

Pembeli lain yaitu bapak Hadi yang berusia 42 tahun. Bapak Hadi mengatakan bahwa bagi dirinya pasar tradisional Mardika Ambon sebagai pasar yang menjual segala macam barang, namun tidak semua barang yang dijual segar seperti yang diinginkan. Hasil wawancara tersebut

⁶²Wawancara Ibu Yuni, hari Kamis tanggal 15 Maret 2021 Jam 10.00).

bapak Hadi mengatakan bahwa, *“Saya suka berbelanja di pasar ini karena banyak pilihan. Tapi ada juga pada saat saya membeli ikan, namun ikannya sebagian ada yang tidak bagus dan ada yang bagus, karena saya liat sampai di rumah ikannya kurang, kadang-kadang ikan yang saya dapat ada yang dicampur. Ikan di pasar ini banyak pilihannya, tapi terlalu mahal juga, kadang ekonomi keuangan saya tidak cukup. Jadi untuk kedepannya saya berharap untuk harga ikan dikurangi agar tidak terlalu memberatkan.”*

Selain bapak Hadi sebagai pembeli, peneliti juga mewawancarai ibu Nurlela yang juga sebagai pembeli dan mengatakan bahwa, *“Saya suka membeli sayuran dan dagangan lainnya di pasar ini. Namun apabila saya membeli sayuran ada sebagiannya para pedagang menjual sayuran yang sudah layu dan sayur tersebut dijual dengan harga yang sama. Seharusnya karena barangnya layu ya dikurangi. Tetapi ini tidak dikurangi lagi”*.

Berdasarkan keterangan pembeli diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa praktek yang dilakukan pedagang belum sesuai dengan etika bisnis Islam, terjadi ketidaknyamanan bagi pembeli dalam berbelanja sehingga dapat dikatakan bahwa pedagang tidak berlaku jujur dalam menjual barang dagangan mereka, dari hasil wawancara dengan pembeli diatas seharusnya para pedagang memperhatikan barang dagangan dan menjaga kualitas barang demi mempertahankan kepuasan konsumen.

3. Hasil wawancara dengan pedagang di pasar Mardika Ambon

Hasil wawancara dengan pedagang yaitu, pedagang ikan yang bernama Ibu Putri Meharani yang berjualan selama 19 tahun di pasar Mardika Ambon. Beliau cukup lama berjualan dan usianya mencapai 35 tahun, dari hasil dagangannya beliau membantu suaminya untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, setiap hari dagangannya laku terjual, namun tidak semua

dagangan terjual seperti yang diharapkan. Apabila ikan tersebut tidak laku terjual akan diberikan es agar dapat bertahan lama untuk dijual lagi esok harinya. Hasil wawancara tersebut beliau memaparkan bahwa, *“Saya berjualan ikan ini sudah 19 tahun lamanya, kadang-kadang ikannya laku terjual, namun ada juga tidak laku. Ikan sisa tersebut saya jual lagi untuk besoknya supaya tidak rugi. Namun saya beri es dan garam agar ikannya bertahan lama, ikan yang diberi es akan bertahan 2-3 hari, tapi apabila ikannya berubah warna tetap saya jual supaya saya tidak rugi”*. Selain ibu Putri Meharani, seorang pedagang ikan lain bernama bapak Ahmad yang berusia 50 tahun, yang berjualan ikan kurang lebih 20 tahun, menyatakan bahwa, *“Ikan yang dijual terkadang laku semua, namun ada yang tidak laku terjual. Ikan tersebut saya beri es agar bertahan lama, kadang-kadang kalau ikannya tidak laku saya bawa pulang dan saya jadikan ikan asin, karena ikan asin mahal harganya”*.⁶³

Berdasarkan hasil wawancara di atas, ibu Putri Meharani sendiri, tetap menjual ikan dagangannya meskipun telah mengalami perubahan warna atau sudah melek, dengan maksud agar tidak mengalami kerugian. Disisi lain bapak Ahmad memberikan keterangan bahwa barang dagangan tersebut apabila tidak laku terjual akan diolah untuk dijadikan ikan asin agar dapat dijual kembali.

Pedagang sayur bernama ibu Kurnia yang berusia 40 tahun, beliau mulai merintis jualanannya tahun 2007. Ibu Kurnia menjual beberapa macam sayuran, pada saat peneliti mewawancarainya beliau menjelaskan bahwa dalam aktifitas jualan tersebut mengatakan bahwa *“Saya sudah lama berjualan di sini lama. Saya menjual berbagai macam sayuran, dari jualan ini saya mencukupi kebutuhan hidup keluarga saya, kadang-kadang dagangan saya ini laku,*

⁶³Wawancara dengan bapak Ahmad pada hari Minggu tanggal 17 Maret 2021.

kadang tidak laku terjual. Tetapi apabila sayurannya tidak laku hari ini saya jual lagi untuk besoknya, kalau layu tetap saya jual lagi, kalau saya tidak jual lagi, nanti saya rugi”.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak Zainal pedagang ayam yang telah melakukan penjualan selama 7 tahun, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga. Dalam proses berdagang, beliau menyatakan *“Saya berjualan di sini sudah 7 tahun, kalau ayamnya laku ya Alhamdulillah, kadang kalau ayamnya tidak laku kami simpan, supaya ayamnya bertahan dan saya berikan es. Ayamnya akan bertahan dalam es selama 2-3 hari. Kami hanya menerima ayam ini dari atasan sana, kalau ada ayamnya berubah warnanya sedikit ya kami jual, karena kami terima ayam dari atasan. Tetapi ayamnya di sini bagus, tidak menggunakan apa-apa”* ujarnya.⁶⁴

Sesuai hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa para pedagang kurang memperdulikan barang dagangan mereka sehingga mengabaikan kepentingan masyarakat sekitar selaku konsumen. M. ali Hasan dalam bukunya menjelaskan bahwa salah satu syarat sah jual beli ialah terhindar dari cacat seperti barang yang diperjualbelikan tidak jelas, baik jenis, kuantitas dan kualitasnya. Hukum Fiqh jual beli dijelaskan, apabila seorang penjual menipu saudara sesama muslim dengan cara menjual barang dagangan yang didalamnya terdapat kecacatan barang dan tidak diberitahu kepada pembeli maka cara jual beli yang demikian adalah tidak dibolehkan karena mengandung penipuan, pemalsuan dan pengkhianatan dan jual beli tersebut dikatakan sebagai jual beli penipuan (gharar). Seperti yang dilakukan oleh sebagian pedagang di Pasar Mardika Ambon yang menjual ikan dan sayuran yang berubah warna termasuk salah satu contoh yang dilarang, sehingga jual beli yang demikian tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

⁶⁴Wawancara Bapak Zainal, hari Kamis tanggal 1 Maret 2021.

Pedagaang lain seperti ibu Zubaida yang berusia 53 tahun, berjualan sayur dari tahun 2011, sesuai hasil wawancara beliau mengatakan bahwa, *“dari hasil penjualan ini saya tidak menentu, namun barang dagangan saya ini sering habis karena saya tidak banyak ambilnya dari pengofor. Kadang-kadang kalau sayuran tidak laku terjual saya simpan untuk jualan lagi keesok harinya bahkan biar sampai 4, 5 hari sampai jualanya habis terjual”*.

Para pedagang pasar Mardika ambon berdasarkan hasil wawancara, mengatakan bahwa mereka tetap menjual barang dagangan meskipun barang tersebut mengalami perubahan warna atau sayuran sedah mulai melayu. Untuk menjaga kualitas barang yang diinginkan masyarakat, seharusnya pedagang lebih mengedepankan kepuasan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka, juga memperhatikan kondisi barang yang ingin diperjual belikan.

C. Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Di Pasar Tradisional Mardika Ambon

Pasar Mardika Ambon sebagai pasar tradisional yang menjual berbagai kebutuhan masyarakat, selain sebagai tempat untuk mendapatkan barang yang diinginkan juga menjadi andalan bagi masyarakat untuk berbelanja. Dalam transaksi jual beli praktek etika bisnis Islam belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat, seperti yang dirasakan pembeli sebagian di antaranya masih menemukan barang yang tidak sesuai dengan keinginan mereka salah satunya adalah wawancara pedagang yang menemukan ikan yang kurang bagus dicampur dengan ikan yang bagus agar menarik konsumen.

Selain hal tersebut kurangnya keramahan dalam melayani konsumen sehingga menjadi faktor para pedagang yang menjadi sorotan masyarakat. Pertimbangan lain adalah masih tingginya harga barang menjadi kekhawatiran masyarakat sekitar, dikarenakan ekonomi

ekonomi, politik dan sosial, selain itu prinsip tauhid juga diartikan sebagai manusia yang benar-benar patuh, tunduh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak-Nya. Adapun prinsip tauhid yang diajukan dari wawancara dengan bapak Roswal sebagai pedagang sembako



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

Sesuai dengan prinsip tauhid maka seharusnya para pedagang mengutamakan aturan-aturan dalam Al-Qur’an dan tidak akan menunda tugasnya kepada Allah, apabila pedagang mematuhi aturan yang sesuai dengan etika bisnis Islam maka dalam melakukan aktifitasnya akan memperoleh keberkahan dari Allah SWT.

Sementara hasil wawancara dengan bapak Taufik, mengatakan bahwa “*Kalau sudah waktunya azan saya tinggalkan dagangan ini. Tetapi kadang-kadang kalau ada para pembeli yang mau membeli barang dagangan saya, saya layanin pembeli dulu. Apabila selesai semua baru saya salat*”.

Dari keterangan di atas dapat dikatakan bahwa, setiap kegiatan yang dilakukan harus diniatkan kepada Allah SWT, agar memperoleh rejeki yang diberkahi-Nya, temuan di pasar tradisional Mardika Ambon bahwasanya datang waktu sholat, masih banyak pedagang yang lalai dan tetap melanjutkan transaksi perdagangan, pada hal sebaiknya para pedagang berhenti melakukan aktifitas jual beli dan melaksanakan ibadah sholat tepat waktu. Dalam Al-Quran surat Al-Jumu’ah ayat 10 menyatakan bahwa:

إِذَا نُزِّلَ الصَّلَاةُ لِلنَّاسِ إِنَّهُمْ لَمُسْرِفُونَ
 وَ نَسُوا اللَّهَ وَآيَاتِهِ فَسَاءَ مَا كَانُوا عَمَلِينَ
 وَإِذَا نُزِّلَ الصَّلَاةُ لِلنَّاسِ إِنَّهُمْ لَمُسْرِفُونَ
 وَ نَسُوا اللَّهَ وَآيَاتِهِ فَسَاءَ مَا كَانُوا عَمَلِينَ

Artinya:

“*Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebarlah kamu di muka bumi dan carilah*

karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”



Seorang hamba yang menggabungkan antara mencari rejeki dengan jual beli dengan ibadah maka Allah SWT memujinya. Jual beli tidak menjadi alasan seseorang dalam beribadah kepada Allah SWT, sifat-sifat kaum muslimin ialah mereka yang melakukan jual beli namun tetap mengutamakan ibadah, pedagang yang dengan cara jual beli atau yang lainnya berupa pekerjaan yang diharamkan sesuai dengan syara, karena dapat mendatangkan manfaat besar bagi manusia dan masyarakat. Sesuai hadis Nabi sebagai berikut:

Artinya:

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

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

Artinya:

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

Jual beli yang dilakukan dengan mengutamakan kebaikan dan kejujuran adalah pekerjaan paling utama, sedangkan jual beli yang dilakukan dengan cara penghianatan, kebohongan, penipuan, pemalsuan dan tipu daya adalah pekerjaan paling buruk dimana Rosulullah SAW bersabda, *“sesungguhnya pedagang akan dibangkitkan dari kubur dalam keadaan durhaka, kecuali orang yang bertakwa kepada Allah, berbuat jujur dan baik,”* (HR. Tarmidzi)

b. Prinsip Keseimbangan

Dalam Islam menganjurkan agar berbuat adil dalam aktifitas bisnis serta melarang kecurangan atau kezaliman. Rosulullah SAW diutus oleh Allah SWT agar membangun keadilan, apabila seseorang berbuat adil dalam bisnis dagangannya maka memperoleh kesejahteraan hidupnya dan berbuat kecurangan maka akan mengalami kecelakaan besar. Prinsip keseimbangan berisikan ajaran keadilan, salah satunya prinsip dasar harus dipegang dalam hidup siapapun. Prinsip berlaku adil sangat menentukan perilaku seseorang, salah satu pedagang di pasar tradisonal Mardika Ambon bernama bapak Guftan yang berusia 35 tahun mengatakan, *“Saya akan memberitahukan kepada pembeli tentang dagangan saya yang kurang bagus, misalnya ada sayuran yang sudah layu atau bawang yang kurang bagus atau cabe yang kurang bagus. Tujuan saya agar pembelinya percaya dengan saya dan bisa menjadi langganan di tempat saya”*.

Perlu adanya keadilan dan keseimbangan dalam aktifitas, dan celaknya bagi mereka yang berbuat curang yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain menerima untuk dipenuhi, bila menimbang atau menakar untuk orang selalu dikurangi. Pedagang diharuskan untuk menakar dan menimbang dengan benar, dalam Al-Qur’an Allah SWT berfirman Q.S.Al-Isra : 35 :

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ فِيهِ آيَاتٍ بَيِّنَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْلَمُونَ
 وَنُزُلًا مِّنَ السَّمَاءِ فِي سُبْحَانَكَ نَبِيٍّ لِّقَوْمٍ يُفَكِّرُونَ
 وَتُؤْتِيهِم مَّا يَدْعُونَ بِمِيزَانٍ أَتَمٍّ يَسْعَى
 وَنُزُلًا مِّنَ السَّمَاءِ فِي سُبْحَانَكَ نَبِيٍّ لِّقَوْمٍ يُفَكِّرُونَ
 وَتُؤْتِيهِم مَّا يَدْعُونَ بِمِيزَانٍ أَتَمٍّ يَسْعَى

Artinya:

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

Dalam setiap usaha yang kita lakukan agar dapat menyempurnakan takaran dalam

aktifitas berdagang, dengan tujuan agar dapat terpenuhi hak milik pembeli sesuai dengan



kandungan ayat di atas. Dengan demikian menurut peneliti perilaku para pedagang sebagian sesuai dengan keseimbangan, namun ada beberapa diantara mereka yang ,mengabaikan prinsip etika bisnis islam.

c. Prinsip Kehendak Bebas

Bagian penting dalam etika bisnis islam adalah kebebasan, namun kebebasan yang tidak merugikan kolektif, bagi seseorang dalam bekerja kepentingan tersebut tidak membatasi seseorang, kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri dalam Islam dikarenakan kebebasan tersebut ada sejak manusia lahir. Saat peneliti melakukan wawancara dengan ibu Yati, pedagang sayur berusia 24 tahun, mengatakan bahwa *“Saya juga memberi kebebasan kepada para pembeli dalam menawar harga, namun tetap sewajar dengan harganya, kalau terlalu murahkan kan saya rugi juga, yang penting pembeli saya nyaman belanja di tempat saya. Intinya pembeli dan saya sama-sama setuju dengan harga tersebut”*.

Penerapan etika bisnis Islam dilihat dari prinsip kehendak bebas yang diterapkan dengan baik di pasar tradisional Mardika Ambon sesuai wawancara di atas, pedagang selalu memberikan kebebasan kepada konsumen untuk bertanya serta menawarkan segala yang mereka inginkan sepanjang tidak merugikan pedagang atau dilakukan atas dasar suka sama suka, dalam etika bisnis islam pelaku bisnis dalam berdagang hendaklah tidak semata-mata untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi yang paling penting mencari keridhaan dan keberkahan atas rejeki yang diberikan Allah SWT

d. Prinsip Tanggungjawab

Konsep tanggungjawab dalam kehidupan memenuhi tuntutan kesatuan dan keadilan sangat ditekankan dalam Islam, manusia mempertanggungjawabkan atas tindakannya. Dalam Islam, segala aktifitas yang dilakukan hendaknya dengan rasa penuh tanggungjawab. Tanggungjawab dalam dunia bisnis dibutuhkan dan ditampilkan secara transparan, kejujuran, keterbukaan dengan tujuan agar bisnis yang dijalankan berjalan dengan baik. Sesuai data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan bapak Nasrul, mengatakan bahwa *“Saya memang menyediakan ikan segar, namun kalau sudah beberapa hari tidak laku saya tetap menjualnya. Ikannya saya beri es dan garam supaya bisa bertahan 2-3 hari. Tetapi ikannya ada sedikit berubah tidak terlalu segar lagi. Jadi kalau dalam tanggung jawab tergantung kondisi ikannya, kalau bisa masih dijual kenapa tidak”*.

Sebagian pedagang tetap menjual ikan yang kurang bagus dan mereka memilih untuk tetap menjual barang tersebut, hal tersebut berdasarkan data yang peneliti temukan di lapangan, kurangnya tanggungjawab dari pedagang dalam melakukan penjualan, sehingga munculnya kesempatan bagi pedagang untuk melakukan kecurangan. Apabila hasil dagangannya tidak laku terjual, para pedagang mengelolah ikan tersebut untuk dijadikan dalam bentuk lain salah satunya dijadikan ikan asin untuk lebih bermanfaat.

e. Prinsip Kebajikan, Kejujuran dan Kebenaran.

Kebenaran dimaksudkan sebagai niat dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi), atau memperoleh komoditi pengembangan dalam proses untuk menerapkan keuntungan. Prinsip ini mengajarkan seseorang menjalankan aktifitas dagangannya untuk dapat memberikan manfaat kepada orang lain, salah satunya memiliki prinsip kejujuran. Kebaikan

yang dilakukan terhadap orang lain dengan kemurahan hati, jujur dalam berdagang, tidak berbuat kecurangan dan memberikan tenggang waktu berdagang kepada pembeli. Sesuai hasil wawancara peneliti yaitu: *“Bagi saya sendiri kejujuran itu penting dalam berdagang, saya akan memberi tahu kepada pembeli kalau sayur saya sudah 2 hari. Kadang juga saya kasih lebih untuk pembeli langganan saya. Tapi ada juga saya tidak menerapkan, misalnya saya ambil sayuran sama orang lain kan modal saya disitu. Jadi kalau keadaan sayurnya sudah lebih beberapa hari ya tergantung pembelinya beli, tapi harganya tetap sama. Karna modal saya kan disitu. Kalau saya terapkan kejujuran ini kan nanti bagaimana dengan dagangan saya”*.

Peneliti berkesimpulan bahwa sesuai dengan wawancara di atas maka, penerapan etika bisnis Islam pada transaksi jual beli dilakukan oleh para pedagang belum sepenuhnya menjalankan etika bisnis Islam. Jika ditinjau dari kelima prinsip etika bisnis Islam tersebut di atas maka prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan serta kebebasan sudah diterapkan dengan baik oleh pedagang, namun dari prinsip kebenaran, tanggungjawab kebajikan dan kejujuran belum sepenuhnya diterapkan oleh pedagang, dan mereka mementingkan keuntungan semata. Dalam berdagang mestinya kejujuranlah yang paling utama diterapkan sebab kejujuran sangat dikehendaki oleh Islam

D. Praktek etika Bisnis Islam Oleh Pedagang Di Pasar Mardika Ambon

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

Pedagang di pasar tradisional Mardika Ambon dalam memberikan kepuasan kepada konsumen ada berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Dalam menjalankan kegiatan bisnis, para pedagang belum mengetahui bagaimana bisnis yang sesuai dengan Islam, hanya sebagian dari pedagang saja yang menjalankan sesuai dengan etika bisnis Islam dalam praktek berdagang.

Sesuai hasil penelitian yang peneliti lakukan bahwa para pedagang menjual belikan barang dagangan mereka meskipun dalam kondisi yang kurang baik dan mengabaikan pentingnya etika bisnis Islam. Kurangnya pengetahuan bagi pedagang disebabkan oleh faktor pendidikan yang rendah hingga menyebabkan minimnya kesadaran saat menjalankan bisnis yang mereka lakukan. Oleh karena itu, hasil penelitian yang peneliti dapatkan bahwa, pengetahuan yang dimiliki para pedagang dalam praktek etika bisnis Islam di pasar tradisional Mardika Ambon masih kurang dari prinsip etika bisnis Islam dan kurangnya kepedulian kepada pihak lain terutama pihak konsumen itu sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang peneliti lakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai perilaku Etika Bisnis Pedagang di pasar tradisional Mardika Ambon adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman terhadap etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli oleh Pedagang Pasar Tradisional Mardika Ambon belum ada, Selain itu kurangnya keramahan para pedagang yang membuat pembeli menjadi tidak nyaman. Jika ditinjau dari ke lima prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan, prinsip keseimbangan serta kebebasan sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang. Namun dapat dilihat dari prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran belum sepenuhnya dijalankan oleh para pedagang dan lebih mementingkan keuntungan semata. Sedangkan dalam Islam kejujuran yang paling utama diterapkan dalam aktivitas bisnis yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan agama Islam.
2. Dari hasil penelitian ini penulis menemukan bahwa, para pedagang pasar tradisional Mardika Ambon belum sepenuhnya menjalankan prinsip yang sesuai dengan bisnis Islam. Dalam praktek jual beli, etika bisnis Islam tidak dipraktekan oleh para pedagang, mereka selalu mengabaikan prinsip-prinsip etika bisnis dalam proses jual beli barang dagangan mereka.

B. Saran

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

DAFTAR PUSTAKA

- Dimyauddin Djuwaini, 2018. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Yusuf Qordhawi, 1997, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta : Gama Insani.
- Johan Arifin. 2019, *Etika Bisnis Islam*, Semarang : Walisongo Press.
- Hasbullah Bakry. 1978, *Sistematika Filsafat*, Jakarta : Wijaya.
- Ahmad Wardi Muslich. 2010. *Fikih Muamalah*. Jakarta : Amzah.
- Robert A Baron. 2003, *Psikologi Sosial*. Jakarta : Erlangga.
- Damsar. 2002, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Muhammad Nejatullah Siddiqi. 2002, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Achmad Charris Zubair, 2005, *Kuliah Etika*. Jakarta : Wajawali Pers.
- Faisal Badroen, 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta : Kencana.
- Buchari Alma, 2004, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, Bandung : CV. ALFABETA.
- Muhammad Djakfar, 2008, *Etika Bisnis Islam :Tataran Teotiritis dan Praktis*, Malang : UIN Malang Press.
- Buchari Alma, 2003, *Pengantar Bisnis*, Bandung : Alfa Beta.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Kepala Perdagangan Pasar Mardika Ambon (Fianthy Sitania)



Kepala Pasar Mardika Ambon (Ibu Vera)



Pedagang Ikan (Ibu Putri Maharani)



Padagang Sembako (Bpk Sarajudin)



Pedagang Sayur (Ibu Yati)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Muhammad Khatami Serang

Tempat & Tanggal Lahir : Ambon, 3-juni-1997

NIM : 15220198

Tahun Masuk UIN : 2015

Nama Orang Tua : 1.Ayah : Karnusa Serang

2.Ibu : Maharima Serang

Alamat Rumah : Kec. Sirimau, Desa Batu Merah , Kota Ambon RT 002/RW 017 Provinsi Maluku

Nomor Telepon/HP :082132322599

Email : Khatamiserang36@gmail.com

Pendidikan Formal

2002-2004 : TK Islam Terpadu Al-Manshuroh Ambon

2004-2006 : MIT Assalam Ambon

2006-2009 : MI Nurul Ikhlas Ambon

2009-2012 : MTSN Batu Merah Ambon

2012-2015 : SMK Muhammdiyah Ambon

2015-2021 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang