



## PENERAPAN ETIKA BISNIS DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI PENJUALAN DI PASAR TRADISIONAL KOTA LANGSA MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Muhammad Firdaus

(Institut Agama Islam Negeri Langsa)

[mfirdaus@iainlangsa.ac.id](mailto:mfirdaus@iainlangsa.ac.id)

### Abstract

*Ethics is a study of the legitimate and correct deeds and moral choices made by a person. In Greek is also known as ethos, which means custom habits. While in Arabic ethics is also known as Akhlak which means morality, temperance, conduct or character. Simply put, business ethics means learning about which is good/bad, right/wrong in the business world based on the principles of morality. This research is backed by the habit of sellers/traders in the market of Langsa city in the application of business ethics in Islam that emphasized on the ethics of trading. The purpose of this research is to know how an objective picture of the implementation of business ethics in conducting sales transactions in the traditional market of the Langsa city, and how Islamic reviews on the application of ethical trading in conducting Buy and sell transactions in the market. This research is a field research. The results of this research show that the implementation of trading transactions in the market of Langsa city has been executed well and is seen from two variables used two variables (attitudes of faith and habits) dominant show agreed with each A given statement. This indicates that business ethics in sales transactions that have been applied by traders are derived from the hereditary inheritance from parents (parental advice) or obtained by self-taught (natural) with ethical consideration and Unethical.*

**Kata Kunci:** *Etika Bisnis, Transaksi, Pasar*

## 77~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

### A. Pendahuluan

Salah satu bentuk mu'amalah yang tata cara pelaksanaannya diatur dalam Islam adalah masalah jual beli. Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati<sup>1</sup>. Jual beli menurut Ilmu Fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu; atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat<sup>2</sup>. Kegiatan jual beli merupakan salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Salah satu sarana tempat jual beli itu adalah di pasar itu sendiri. Dalam lingkungan pemasaran sangat mempengaruhi yang mana senantiasa berubah dan serba tidak pasti serta memberikan peluang dan ancaman<sup>3</sup>.

Sesuai dengan Firman Allah dalam surah

---

<sup>1</sup>Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008. h. 15.

<sup>2</sup>Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*, Jakarta : Gaya Media Pratama, 2000. h. 27.

<sup>3</sup>Irawan dan kawan-kawan, *Prinsip dan Kasus*, Yogyakarta ; BPFE, 1996. h. 2.

Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.

Menjual menurut bahasa artinya memberikan suatu karena ada pemberian (*imbalan*) yang tertentu sedangkan mengambil sesuatu dengan memberikan imbalan. Menurut istilah, pemberian harta karena menerima dengan ikrar penyerahan dan jawab penerimaan (*ijab-qabul*) dengan cara yang telah diizinkan<sup>4</sup>. Bila dikaitkan dengan etika jual-beli berarti gejala-gejala yang berhubungan dengan kebaikan dan keburukan dalam suatu aktivitas jual-beli yang berpengaruh terhadap kehidupan manusia.

Jadi istilah etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standard of conduct*) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang<sup>5</sup>. Adapun pilihan untuk

---

<sup>4</sup>Mohd Rifai, *Khijatul Mujahid*, terj. Semarang : Thoha Putra, 1978. h. 183

<sup>5</sup>Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, Bandung : Alfabeta, 2004. h. 53.

menentukan jadi atau tidaknya satu akad jual-beli *khayar* yaitu bahwa seseorang ketika membeli suatu barang, terkadang tidak tahu adanya cacat barang tersebut, dan cacat itu tidak akan tampak kecuali dengan penelitian atau musyawarah dari para ahli. Menjadikan batas waktu *khayar* selama tiga hari adalah karena masa tersebut merupakan masa yang cukup untuk mengetahui sesuatu yang dibelinya. Masa ini juga merupakan masa yang paling banyak digunakan oleh *Syaari'* dalam menentukan beberapa masalah hukum yang ada<sup>6</sup>. Maka syaria'at Islam memberikan hak *khayar* yang mana hak memilih untuk melangsungkan atau tidak jual-beli tersebut, karena ada suatu hal bagi kedua belah pihak<sup>7</sup>. Hak *khayar* itu dapat dibentuk di antaranya:

### 1. *Khayar Majlis*

*Khayar majlis* ialah kedua belah pihak yang melakukan akad mempunyai hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan akad jual-beli selama masih berada dalam satu majlis (tempat) atau toko, seperti jual-beli atau sewa menyewa.

Menurut ulama Mazhab Syafi'i dan Hambali, bahwa masing-masing pihak berhak mempunyai *khayar* selama berada dalam satu majlis, sekalipun sudah terjadi ijab dan kabul.

### 2. *Khayar Syarat*

*Khayar Syarat* ialah yang ditetapkan bagi salah satu pihak yang berakad atau keduanya, apakah meneruskan membatalkan akad itu selama dalam tenggang waktu yang disepakati bersama. Umpamanya, pembeli mengatakan: "Saya akan membeli barangan dan ini dengan ketentuan diberi tenggang waktu selama tiga hari". Sesudah tiga hari tidak ada berita, berarti akad itu batal.

Para Ulama fikih sependapat mengatakan, bahwa *khayar syarath* ini diperbolehkan untuk menjaga (memelihara) hak pembeli dari unsur penipuan yang mungkin terjadi dari pihak penjual.

### 3. *Khayar 'Aib*

*Khayar 'Aib* ialah ada hak pilih dari kedua belah pihak yang melakukan akad, apabila terdapat suatu cacat pada benda yang diperjuangkan dan cacat itu tidak diketahui pemiliknya pada saat akad berlangsung. Umpamanya, seseorang membeli telur ayam beberapa kilo, setelah dipecahkan ada yang busuk atau sudah menjadi anak. Jadi dalam kasus ini ada hak *khayar* bagi pembeli dan seseorang muslim tidak boleh menyembunyikan 'aib yang ada pada barang yang akan dijualnya. Pihak pembeli pun harus cermat memilih barang yang akan dibelinya. Sebab pada zaman sekarang ini pada umumnya para penjual barang ditoko-toko membuat catatan,

<sup>6</sup>Ali Al-Jurjawi, *Indahnya Syariat Islam*, terj.Jakarta : Gema Insani, 2006. h. 493.

<sup>7</sup>M. Ali Hasan, *Berbagai Transaksi dalam Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004. h. 138.

## 79~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

bahwa barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan atau ditukar lagi. Secara langsung atau tidak, bahwa catatan itu telah disetujui pada saat akan terjadi.

### 4. *Khayar Ru'yah*

*Khayar Ru'yah* adalah ada hak pilih bagi pembeli untuk menyatakan berlaku atau batal jual-beli yang ia lakukan terhadap suatu objek yang belum ia lihat pada saat akad berlangsung.

Jadi tujuan *Khayar* ini adalah agar jual-beli tersebut tidak merugikan salah satu pihak, dan unsur-unsur keadilan serta kerelaan benar-benar tercipta dalam suatu akad (*transaksi*) jual-beli<sup>8</sup>.

Islam tidak memisahkan faktor etika dalam jual-beli. Adapun etika jual beli dalam Islam meliputi hal-hal sebagai berikut:

#### 1. Niat

Yusuf al-Qardhawi menjelaskan bahwa dalam berdagang hendaklah berniat untuk mencari rezeki yang halal dan menjauhkan diri dari mengemis dan meminta-minta kepada oranglain.

Jual beli sebagai aktivitas manusia yang diridhai Allah swt, dapat berfungsi

ibadah apabila berniat ikhlas mengharapkan ridha Allah swt<sup>9</sup>.

Jual beli secara etis sangat perlu dilakukan karena profesi jual-beli pada hakikatnya adalah profesi luhur yang melayani masyarakat banyak<sup>10</sup>.

#### 1. Jujur

Aspek yang berkaitan dengan penipuan dan ketidakjujuran merupakan hal-hal yang terdapat dalam jual-beli yang tidak menentu. Dalam jual-beli ini salah seorang pembeli dan penjual akan mengalami kerugian. Kerugian ini tidak kelihatan dan tidak dapat diramalkan.

Oleh karena itu, kejujuran dan kebiasaan berkata benar adalah kualitas-kualitas yang harus dikembangkan dan dipraktekkan dalam melakukan jual-beli. Dengan demikian kejujuran yang ada pada diri seseorang membuat orang lain senang berteman dan berhubungan dengan dia.

#### 2. Tidak Curang

Dalam melakukan jual-beli seseorang muslim tidak boleh melakukan kecurangan atau penipuan, baik pada timbangan, ukuran maupun takaran. Dalam Islam penipuan termasuk salah satu

<sup>8</sup>M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004.h. 138.

<sup>9</sup>Hasby As-Shiddiqie, *Kuliah Ibadah, Ibadah Ditinjau Dari Segi Hukum Dan Hikmah*, Jakarta : Bulan Bintang, 1978. h. 13.

<sup>10</sup>Nejatullah, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, terj. Anas Sidiq, Jakarta : Bumi Aksara, 2004. h. 57.

substansi pekerjaan yang kotor dan harus di jauhi, karena melanggar etika jual-beli dalam Islam.

### 3. Menepati Janji

Lisan atau lidah manusia memang gemar membuat janji, tetapi sering pula jiwa tidak ingin menepati janji yang telah dibuat oleh lisan itu. Keadaan seperti ini tidak jarang ditemui pada pedagang dalam melakukan jual-beli sehingga merugikan pembeli<sup>11</sup>.

### 4. Jual beli secara adil

Prinsip-prinsip umum yang berlaku pada semua transaksi termasuk prinsip mengenai keadilan atau *'adl*<sup>12</sup>. Memperlakukan pembeli dengan adil merupakan perlakuan yang dituntut etika jual-beli Islam.

Sedangkan menurut Lubis Suhrawardi Pasar sangat berperan sangat penting dalam sistem ekonomi bebas/liberal. Pasarlah yang berperan untuk mempertemukan produsen (yang menentukan jumlah dan jenis barang/komoditas yang dikehendaki). Konsumen sangat menentukan kedudukan pasar, sebab konsumenlah yang berperan

untuk menentukan lalu lintas barang dan jasa<sup>13</sup>.

Sedangkan pengertian pasar secara sederhana yaitu sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli<sup>14</sup>. Oleh karena itu seorang muslim harus berpegang teguh pada sunnah Nabi Muhammad saw dalam setiap melakukan aktifitas ekonomi. Dalam Firman Allah swt surat al-Baqarah ayat 35:

وَقُلْنَا يَا آدَمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ  
الْجَنَّةَ وَكُلَا مِنْهَا رَغَدًا حَيْثُ شِئْتُمَا  
وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ  
الظَّالِمِينَ ٣٥

Artinya: Dan kami berfirman: Hai anak Adam, diamilah oleh kamu dan istrimu surga ini, dan makanan-makanannya yang banyak lagi baik di mana saja yang kamu sukai, dan janganlah kamu dekati pohon ini yang menyebabkan kamu termasuk orang-orang yang zalim<sup>15</sup>.

## Etika Bisnis Dalam Pandangan Ekonomi Islam

Kata etika bisnis terdiri dari dua suku kata, yakni etika dan bisnis. Dalam

<sup>11</sup>Muhsin Qiraati, *Membangun Agama*, Bogor : Cahaya, 2004. h. 172.

<sup>12</sup>Rafik Issa Bekum, *Etika Bisnis Islami*, Terj. Muhammad, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004. h. 106.

<sup>13</sup>Suhrawardi Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2002. h. 21.

<sup>14</sup>Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta : Kencana, 2007. h. 69.

<sup>15</sup>Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta : Kencana, 2007, h. 1.

## 81~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

kamus besar Bahasa Indonesia etika diartikan sebagai nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat<sup>16</sup>. Istilah etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standard of conduct*) yang memimpin individu. Etika adalah suatu studi mengenai perbuatan yang sah dan benar dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang<sup>17</sup>. Jual beli secara etis sangat perlu dilakukan karena profesi jual-beli pada hakikatnya adalah profesi luhur yang melayani masyarakat banyak. Dalam bahasa Yunani dikenal juga dengan *ethos* yang berarti adat kebiasaan. Sementara dalam bahasa Arab etika dikenal juga sebagai akhlak yang berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabi'at.

Sedangkan secara istilah ada beberapa pengertian tentang etika itu sendiri, seperti:

1. Menurut Hamzah Ya'kub etika adalah ilmu tingkah laku manusia yang berkaitan dengan prinsip-prinsip dan tindakan moral yang betul, atau lebih tepatnya etika adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan buruk dengan memperhatikan amal perbuatan

manusia yang dapat diketahui oleh akal dan pikiran<sup>18</sup>.

2. Menurut Ahmad Amin etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada manusia lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat<sup>19</sup>.

Adapun Etika bisnis dalam Islam yang mengacu kepada sifat-sifat Nabi Muhammad SAW. Dalam berdagang yaitu:

1. Jujur; setiap pebisnis harus menjaga martabat dirinya dan memulai aktivitas bisnisnya dengan niat yang baik, tulus disertai pikiran yang jernih, terbuka dan transparan.
2. Istiqamah (konsisten) dan qanaah (sederhana); keduanya merupakan kunci kesuksesan. Seorang pebisnis harus bersikap optimis, pantang menyerah, sabar, dan percayadiri.

---

<sup>16</sup>Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta :1990. h. 415.

<sup>17</sup>Hamzah Ya'kub, *Etika Islami ; Pembinaan Akhlakul Karimah (Satu Pengantar)*, CV Diponegoro : Bandung, 1983. h. 12.

---

<sup>18</sup>*Ibid*, 13.

<sup>19</sup>*Ibid*.

3. Fathanah (professional); seorang pebisnis yang professional akan senantiasa menjaga gayakerja, motivasi dan semangat untuk terus belajar, bersikap inovatif, terampil, dan adil.
4. Amanah (bertanggungjawab); seorang pebisnis harus bersikap terpercaya, cepat tanggap, objektif, akurat, dan disiplin.
5. Tabligh (berjiwa pemimpin)<sup>20</sup>.

Etika dapat diartikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah. Etika merupakan bidang normatif, karena menentukan dan menyarankan apa yang seharusnya orang lakukan atau hindarkan<sup>21</sup>. Etika juga didefinisikan sebagai seperangkat aturan yang menentukan pada perilaku benar dan salah. Perilaku dikatakan etik apabila tingkah laku kita diterima masyarakat dan sebaliknya, ketika perilaku kita ditolak oleh masyarakat karena dinilai sebagai perbuatan salah.

Dalam Islam etika mengacu pada dua sumber, yaitu Al-Qur'an dan Hadits Nabi. Dua sumber pedoman dan pembimbing segala perilaku dalam menjalankan aktifitas. Etika dalam wacana Islam dapat diklasifikasikan ke dalam enam bentuk atau

kategori penilaian atas suatu sikap dan perilaku, yaitu baik-buruk, benar-salah, tepat dan tidak tepat dalam konteks hubungan manusia dengan Tuhan, hubungannya dengan orang lain, atau masyarakat dan lingkungan<sup>22</sup>.

Adapun Etika Bisnis menurut Muslich adalah aplikasi etika umum yang mengatur perilaku bisnis, norma moralitas menjadi acuan bisnis dalam perilakunya. Penilaian keberhasilan bisnis tidak saja ditentukan oleh keberhasilan bisnis atau tidak saja ditentukan oleh keberhasilan prestasi ekonomi dan keuangan saja<sup>23</sup>. Etika bisnis juga didefinisikan sebagai sistem nilai yang secara prinsip dijadikan acuan untuk menjalankan proses usahadagang atau usaha komersial.

Secara sederhana etika bisnis itu berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Moralitas di sini, sebagaimana disinggung di atas berarti: Aspek baik/buruk, benar/salah, terpuji/tercela, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam susunan *adjective* di atas ditambah dengan halal-haram (*degrees of lajful, anlajful*), sebagaimana yang disinyalir

<sup>20</sup>Muhammad Nafik, *Bursa Efek dan Investasi Syariah*, Jakarta : PT. Serambi Ilmu Semesta : 2010. h. 82-83.

<sup>21</sup>Choirul Fuad Yusuf, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta : Majalah Ulumul Qur'an, 1997. h. 64.

<sup>22</sup>Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islami*, Granada Press : Jakarta, 2007. h. 35.

<sup>23</sup>*Ibid*, 36.

### 83~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

oleh Husein Sahatah, di mana beliau memaparkan sejumlah perilaku etika bisnis (*akblaq al-islamiyah*) yang dibungkus dengan *dhawabith syariah* (prinsip syariah)<sup>24</sup>.

Adapun rumusan desain etika bisnis dalam Islam ini memiliki dua Tahap yaitu:

**Tahapan I** : Pemetaan (*mapping*) Nilai-nilai Sistem Etika Barat dan timur.

Konsep moral bernuansa pemikiran filsafat sangat kental di Barat dan Timur. Secara konseptual, prinsip-prinsip etis dalam dunia bisnis mengacu paling tidak pada empat hal:

- a. Mengandung unsur utilitas (manfaat) disini dijelaskan oleh Widigdo Sukarman bahwa setiap orang yang ingin menghasilkan produk atau mendirikan kegiatan usaha akan dituntut untuk mempertimbangkan aspek- aspek manfaat dan kerugiannya (*benefit and lost*), dengan menciptakan tambahan manfaat (*benefit maximization*) dan mengurangi kerugian (*lost minimization*) atas produk atau usaha yang kita lakukan.
- b. Mengandung unsur hak dan

kewajiban. Hak disini dapat diartikan yaitu pemberian wewenang kepada seseorang untuk melakukan sesuatu. Hak tersebut bias berasal dari system hukum misalnya, hak kebebasan berbicara kepada semua warga Negara, atau setiap orang berhak untuk menanyakan kepada pihak lainnya guna memastikan keabsahan dari isi kontrak seperti tercantum dalam hukum dagang. Sementara kewajiban itu menyangkut hal yang di bebaskan kepada seseorang atas kesepakatan yang ada.

- c. Mengandung keadilan dan kejujuran.

Mengandung rasa melindungi (*ethics of care*), dapat dilihat dan bagaimana cara-cara perusahaan dalam menangani kasus-kasus terutama menyangkut karyawannya. Dalam beberapa kasus, aspek ini biasanya dilihat sebagai tindakan yang berlebihan. Misalnya, perusahaan mengalami kebakaran, ia dapat memakai ganti rugi dari asuransi untuk membangun kembali pabriknya di tempat lain yang biayanya murah. Tetapi kalau ia membangun kembali untuk menampung pegawai lama, maka ia menganut *ethics of care*.

---

<sup>24</sup>Faisal Badroen dan Arief Mufraeni, *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 70

**Tahapan II** : Proses Masuknya Nilai-nilai Islam pada Standar Moral etika.

Menurut Yahya bin Umar, aktivitas ekonomi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari ketakwaan seorang muslim kepada Allah Swt. Hal ini berarti bahwa ketakwaan merupakan asas dalam perekonomian Islam. Sekaligus faktor utama yang membedakan ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Oleh karena itu, di samping Al-Quran, seorang muslim harus berpegang teguh pada sunnah Nabi Muhammad SAW dalam setiap melakukan aktivitas ekonomi. Firman Allah Swt dalam surat Al-A'raaf ayat 96 :

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ ءَامَنُوا  
وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ  
السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَكِن كَذَّبُوا  
فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ ٩٦

Artinya: Jikalau sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi mereka mendustakan (ayat-ayat Kami) itu, maka Kami siksa mereka disebabkan perbuatannya.

Dalam bukunya *Ahkam al-suq* Yahya bin Umar menekankan pembahasan pada *al-ta'sir* ( penetapan harga ). Dia melarang kebijakan penetapan harga dilakukan, jika

kenaikan harga yang terjadi hanya semata-mata hasil interaksi penawaran dan permintaan yang alami. Dalam hal ini pemerintahan tidak dapat melakukan intervensi harga. Hal ini akan membedakan jika kenaikan harga diakibatkan oleh kesalahan manusia (*humam error*). Pemerintahan sebagai intitusi formal yang memikul tanggung jawab menciptakan kesejahteraan umum, berhak melakukan intervensi harga ketika terjadi suatu aktivitas yang dapat membahayakan kehidupan masyarakat luas<sup>25</sup>.

Sekalipun tema utama yang di angkat dalam kitabnya, ahkam al-saq adalah mengenai hukum pasar, pada dasarnya konsep Yahya bin Umar lebih banyak terkait dengan permasalahan *ibtikar* dan *siyasah al-ighbraq*. Dalam ekonomi kontemporer, kedua hal itu disebut "*Monopoly's rent-seeking* dan *dumping*."

a. *Ibtikar (Monopoly's rent-seeking)*

Islam secara tegas melarang *Ibtikar*, yakni mengambil keuntungan di atas keuntungan normal dengan cara menjual lebih sedikit barang untuk harga yang lebih tinggi. Dalam hal ini, Rasulullah Saw menyatakan bahwa *Ibtikar* adalah perbuatan orang yang berdosa. Para ulama juga bersepakat untuk mengharamkan *Ibtikar* karena dapat menimbulkan kemudaratkan

<sup>25</sup> Adiwarman Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, PT : Raja Grafindo : Jakarta, 2004. h. 262.

## 85~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

bagi manusia.

### b. *siyasah al-iqbraq (dumping)*

Berbanding terbalik dengan *Ihtikar*, *siyasah al-iqbraq* (*dumping*) bertujuan meraih keuntungan dengan cara meraih keuntungan dengan cara menjual barang pada tingkat harga yang lebih rendah daripada harga yang berlaku di pasaran<sup>26</sup>.

Sedangkan Ibnu Taimiyah juga memberikan pandangan tentang harga yang adil, mekanisme pasar dan regulasi harga adalah :

#### a. Harga yang adil

Konsep harga yang adil pada hakekatnya telah ada dan di gunakan sejak awal kehadiran islam. Al-Quran sendiri menekankan keadilan dalam aspek kehidupan manusia. Oleh karena itu, adalah hal yang wajar jika keadilan juga diwujudkan dalam aktivitas pasar, khususnya harga, Rasulullah Saw menggolongkan riba sebagai penjualan yang terlalu mahal yang melebihi kepercayaan konsumen.

Namun Muhammad Nejatullah Siddiqi memberikan ciri-ciri pendekatan Islam dalam mekanisme pasar yaitu<sup>27</sup>:

#### 1. Penyelesaian masalah

ekonomi yang asasi dalam bidang produksi, distribusi, dan konsumsi;

2. Berpedoman pada ajaran Islam sehingga para konsumen berperilaku sesuai dengan syariah sehingga mekanisme pasar dapat mencapai tujuannya;
3. Negara dapat campur tangan untuk memperbanyak atau mengganti mekanisme pasar demi jaminan tercapainya tujuan mekanisme pasar.

Dengan demikian, dalam sistem ekonomi Islam, setiap perilaku bisnis harus mendasarkan semua aktivitasnya pada keadilan Islam, berusaha membantu masyarakat dengan cara mempertimbangkan kebaikan dan kepentingan orang lain, dan membatasi keuntungan maksimum berdasarkan batas-batas yang telah ditetapkan oleh prinsip di atas.

Dalam pengertian yang nyaris senada, Muhammad Akram Khan mengemukakan delapan prinsip pasar dalam Ekonomi Islam :

1. Memberikan kebebasan terhadap penjual dan pembeli;
2. Melarang praktik curang seperti penimbunan (*ibtikar*), menaikkan

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 269.

<sup>27</sup> Muhammad Nafik, *Bursa Efek dan Investasi Syariah*, h. 88.

3. harga yang terlalu tinggi, *bay' hadhir li ba'd*, *bay' al-tallaqi al-rukban*, menjual atau membeli komoditi yang tidak pasti, dan menjual sesuatu yang tidak dimiliki.
4. Dalam sistem barter, pertukaran dibolehkan jika komoditi yang sama ditukarkan dengan komoditi yang sama;
5. Melarang setiap jenis transaksi bisnis dalam bentuk harga yang dipungut pada waktu tertentu, karena sama dengan riba;
6. Setiap transaksi harus meliputi transfer fisik;
7. Tidak membolehkan keuntungan yang disebabkan oleh kebutuhan pembeli.
8. Memberikan hak *khijar* berkaitan dengan harga, objek jual-beli, waktu dan tempat penyerahan.
9. Uang bukanlah barang dagangan (komoditi) tetapi hanya sebagai alat ukur.

### Jual Beli Dalam Islam

Allah Swt. Telah menjadikan manusia masing-masing saling membutuhkan satu sama lain, supaya mereka saling tolong menolong, tukar- menukar

keperluan untuk kepentingan hidup, baik dengan jalan jual-beli, sewa- menyewa, bercocok tanam, atau perusahaan lainnya demi kemaslahatan umat. Di sinilah agama member peraturan yang sebaik-baiknya karena dengan aturannya muamalat, maka penghidupan manusia. Jadi, yang dimaksud muamalat ialah tukar-menukar barang atau sesuatu yang memberi manfaat dengan cara yang ditentukan salah satunya jual-beli<sup>28</sup>.

Adapun jual-beli yaitu salah satu dari aspek mu'amalah yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Jual beli juga menjadi salah satu kebutuhan masyarakat sebagai sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Bahkan agama Islam menganggap jual beli sebagai salah satu wilayah kerja yang disyariatkan. Jadi jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati<sup>29</sup>.

Jual beli menurut Ilmu Fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara

<sup>28</sup> H. Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, Bandung : Sinar Baru Algesindo, 2007, h. 278.

<sup>29</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008, h. 68.

## 87~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

tertentu; atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat<sup>30</sup>. Dan adapun jual-beli menurut Ilmu Fiqih Islam yaitu menukar suatu barang yang lain dengan cara yang tertentu (akad)<sup>31</sup>. Sebagaimana Firman Allah SWT ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ  
إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ  
الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ  
الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا  
فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ  
مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ  
قَوْلُنَاكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ  
٢٧٥.

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah

sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Dari defenisi yang telah diungkapkan di atas, dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan sebuah proses pertukaran barang yang bernilai antara pembeli dengan penjual atas dasar suka sama suka dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Oleh karena itu, substansi jual beli dalam Islam adalah nilai-nilai religius yang berpedoman kepada dalil-dalil syara' demi tercapainya jual beli yang diredhai Allah. Adapun hukum asal jual beli menurut Para Ulama Fiqih adalah mubah (boleh). Akan tetapi menurut Imam asy-Syatibi (W. 790 H) pakar fiqih maliki, pada situasi-situasi tertentu hukumnya dapat berubah menjadi wajib. Sesuai dengan Firman Allah SWT dalam surah al-Isra' ayat 35:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا  
بِالْقِسَاطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ

تَأْوِيلًا ٣٥

<sup>30</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Gaya Media Pratama: Jakarta, 2000) h.111.

<sup>31</sup>

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

## B. Pembahasan

Lokasi penelitian ini berada dipasar tradisional kota Langsa. Adapun populasi ini diambil di kawasan terminal lama yang sekarang menjadi pasar kota langsa. Populasi ini berjumlah sekitar 300 pedagang menurut informasi yang didapatkan dari kepala desa pekan kota Langsa. Diwakili 50 orang pedagang dan 10 pembeli. Di mana ditetapkan 60 orang.

### Identitas Responden

Analisis umum responden diperlukan untuk mengetahui latar belakang

dan kondisi para pedagang secara umum. Data umum responden yang ditanyakan dalam penelitian adalah data mengenai kelompok umur responden, lama berjualan responden, serta tingkat pendidikan responden.

#### a. Kelompok Umur

Perilaku seseorang pada umumnya dipengaruhi oleh faktor usia. Keinginan dan kebutuhan setiap orang berubah sesuai usia. Selain itu, kematangan dalam berfikir dan bertindak juga dipengaruhi oleh faktor usia orang tersebut. Dibawah ini akan disajikan distribusi responden menurut kelompok umur, distribusi tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel I :Distribusi RespondenMenurutKelompokUmur**

Kelompok Umur	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
19	1	2
20 – 23	2	4
24	2	4
25 – 27	13	26
28	6	12
29 – 32	18	36
33 – 44	5	10
53≥	3	6
Total	50	100

*Sumber* : DataOlahan

**89~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam**

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa distribusi responden tersebar pada kelompok umur 29 tahun hingga di atas 32 tahun. Responden terbesar terdapat pada kelompok umur 29 tahun sampai 32 tahun yaitu 18 orang responden atau 36 % dari total responden. Selanjutnya kelompok 1 terbesar kedua pada kelompok umur 25 tahun sampai 27 tahun sebanyak 13 orang responden atau 26%. Kemudian kelompok umur 28 tahun berjumlah 6 orang atau 12%. Kelompok umur 33 tahun dan 44 tahun berjumlah 5 orang atau 10%. Kemudian kelompok umur  $\geq 52$  berjumlah 3 orang atau 6%. Adapun responden terkecil pada

kelompok umur 19 tahun dengan jumlah 1 orang atau 2% dari total responden.

**b. Pendidikan**

Sikap dan perilaku seseorang juga sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikannya. Biasanya semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka akan semakin tinggi pengetahuan dan pemahamannya. Termasuk pengetahuan dan pemahaman tentang transaksi jual beli. Berikut distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan.

**Tabel II :Distribusi Responden Menurut Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
Tidak Tamat SD	5	10
SD	5	10
SMP/ sederajat	6	12
SMA/ sederajat	18	36
DIII	8	16
Perguruan Tinggi	8	16
Total	50	100

*Sumber* : Data Olahan

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa distribusi responden terbanyak pada kelompok yang memiliki tingkat pendidikan sampai SMA sederajat berjumlah 18 orang

atau 36%. Kelompok terbanyak kedua, responden yang memiliki tingkat pendidikan sampai DIII dan Perguruan Tinggi berjumlah 8 orang masing-masing atau 16%.

Selanjutnya responden yang memiliki tingkat pendidikan tamat SMP berjumlah 6 orang atau 12%. Responden terkecil terdapat pada kelompok yang tidak sampai SD dan tamat SD dengan jumlah 5 orang masing-masing atau 10% dari total responden.

#### a. Lama Berjualan

Lama dan tidaknya seseorang

menjalankan profesi sebagai pedagang juga mempengaruhi perilaku pedagang itu sendiri. Semakin lama seorang pedagang menjalankan profesinya maka akan semakin banyaklah pengalaman dan pelajaran yang diperoleh begitu juga sebaliknya.

**Tabel III :Distribusi RespondenMenurutPengalamanDalamBerjualan**

Lama Berjualan (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
$\leq 1$	3	6
2 – 5	5	10
6 – 9	10	20
10 – 14	18	36
$\geq 15$	14	28
Total	50	100

*Sumber* : Data Olahan

Dari table di atas dapat dilihat bahwa responden terbesar terdapat pada kelompok yang telah berjualan selama 10 tahun sampai 14 tahun yaitu 18 orang responden atau 36% dari total responden. Selanjutnya kelompok terbesar kedua telah berjualan selama  $\geq 15$  tahun yaitu 14 orang responden atau 28%. Kemudian kelompok yang berjualan selama 6 tahun sampai 9 tahun berjumlah 10 orang atau 20%. Adapun kelompok yang berjualan selama 2 tahun sampai 5 tahun berjumlah 5 atau 10%. Sedangkan Responden terkecil

terdapat pada kelompok yang telah berjualan selama kurang dari 1 tahun dengan jumlah 3 orang atau 6% dari total responden.

#### Deskripsi Variabel

##### a. SikapKeimanan

Pada variabel sikap keimanan ini, penulis mengajukan 5 (lima) pernyataan yang menjadi gambaran perilaku pedagang terhadap penerapan etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika jual-beli dalam transaksi jual beli.

## 91~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

Untuk lebih jelas mengenai data dalam transaksi penjualan di pasar Langsa dalam etika jual-beli dalam Islam, maka akan dijelaskan satu persatu sebagai berikut :

Untuk menjelaskan kehalalan pada barang yang dijual, 8 orang responden atau 16% menyatakan mereka sangat setuju. Kemudian 14 orang responden atau 28% menyatakan setuju dengan pernyataan itu. Sedangkan yang bersikap netral ada 11 orang atau 22% dan yang menyatakan tidak setuju masing-masing berjumlah 9 orang responden atau 18% dan sangat tidak setuju masing-masing berjumlah 8 orang responden atau 16%. Di sini terlihat bahwa tanpa disengajai para pedagang telah mulai menerapkan etika bisnis dalam Islam walaupun masih ada kekurangan pemah aman akan bagaimanakah etika bisnis yang ditekankan pada etika jual-beli dalam pandangan Islam itu untuk para pedagang yang beragama Islam khususnya. Pada pernyataan ke-2 dari variabel sikap keimanan yang menyatakan bahwa para pedagang tidak pernah melakukan penimbunan barang dengan tujuan untuk menaikkan harga, 8 orang responden atau 16% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. 7 orang atau 14% di antaranya mengatakan setuju, 18 orang atau 36% bersikap netral, 11 orang atau 22% tidak setuju dan 6

orang sangat tidak setuju atau 12%.

Di sini pertanyaan ke-2 dapat peneliti menggambarkan akan kurangnya pemahaman penjual terhadap penimbunan barang yang merupakan salah satu sifat tercela/buruk yang mana di sini sangat merugikan konsumen pada umumnya dan tidaklah sesuai dengan etika jual-beli dalam pandangan Islam.

Pernyataan ke-3 pada variabel sikap keimanan tentang sikap yang baik dalam transaksi jual-beli. 10 orang responden atau 20% menyatakan sangat setuju dan 18 orang atau 36% menyatakan setuju. Yang menyatakan netral berjumlah 8 responden atau 16% dan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing berjumlah 7 orang responden atau 14%.

Hasil penelitian dari pertanyaan ke-3, di sini para pedagang telah menerapkan sikap seorang muslim yang telah menunjukkan etika/prilaku yang baik sesuai dengan etika jual-beli dalam pandangan Islam pada khususnya.

Pernyataan ke-4 pada variabel sikap keimanan tentang tidak pernah mengurangi ukuran atau takaran pada barang yang saya jual kepada pembeli. 9 orang responden atau 18% menyatakan sangat setuju dan 12 orang responden atau 24% menyatakan setuju. Yang menyatakan netral berjumlah 12 responden atau 24%

dan yang menyatakan tidak setuju berjumlah 9 orang responden atau 18% dan sangat tidak setuju masing-masing berjumlah 8 orang atau 16%.

Di sini masih kurangnya kesadaran para pedagang akan suatu takaran ataupun ukuran suatu timbangan yang ditetapkan oleh pemerintah tidaklah berjalan dengan aturan yang berlaku. Pada umumnya sebagian pedagang mengurangi takaran ataupun ukuran karena mereka merasa keuntungan tidak sesuai dengan penjualan dalam sehari-harinya dikarenakan persaingan yang ketat. Oleh sebab itu sebagian pedagang mencari alternatif agar hasil jualan mereka murah meriah dan laku di pasaran dengan cara mengurangi takaran atau ukuran pada barang yang mereka jual.

Pernyataan ke-5 dari sikap keimanan adalah tentang tidak pernah mengurangi timbangan pada barang yang dijual. 10 orang responden atau 20% menyatakan sangat setuju. 12 orang atau 24% menyatakan setuju dan 13 orang atau 26% menyatakan netral. Sedangkan yang menyatakan tidak setuju 8 orang responden atau 16% dan 7 orang atau 14% menyatakan sangat tidak setuju.

Di sini terlihat bahwa tanpa disengajai para pedagang telah mulai menerapkan etika bisnis dalam Islam walaupun masih ada kekurangan pemahaman akan bagaimanakah etika

bisnis yang ditekankan pada etika jual-beli dalam pandangan Islam itu untuk para pedagang yang beragama Islam khususnya.

Pada variabel sikap keimanan ini, pernyataan setuju merupakan jawaban yang paling banyak diberikan responden yaitu 63 pernyataan atau 25.2% dari total nilai pernyataan. Yang menyatakan sangat setuju 18% atau 45 pernyataan. Sedangkan yang menganggap biasa saja atau netral 62 pernyataan atau 24.8%. 17.6% atau 44 pernyataan tidak setuju dan 36 pernyataan sangat tidak setuju atau 14.4 % dari seluruh pernyataan. Hal ini menggambarkan bahwa penerapan etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika jual-beli dalam transaksi jual beli di pasar kota Langsa sudah berjalan cukup bagus tanpa disengajai oleh para pedagang.

Walaupun pada indikator ke-2 dan ke-4 pada pernyataan tentang sikap pedagang, masih ada kurang kesadaran para pedagang akan menaikkan harga dengan cara menimbun barang dengan tujuan mencari keuntungan yang tinggi dari kebutuhan konsumen pada umumnya. Dan mengurangi ukuran atau takaran pada barang yang melandasi akan persaingan yang ketat hingga dengan cara mengurangi ukuran atau takaran barang, pedagang merasa dapat bersaing hingga barang

### 93~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

dagangannya dapat laku dengan murah dan meriah.

#### b. Kebiasaan

Kebiasaan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pedagang dalam menerapkan etika bisnis dalam Islam ditekankan pada etika jual-beli, sebab kebiasaan dapat mengarahkan sebagian dari usaha manusia untuk mengambil bentuk kecenderungan yang positif maupun negatif.

Pada variabel ini akan dijabarkan 6 buah pernyataan, di mana pernyataan-pernyataan yang ditekankan pada etikajual-beli tersebut dijadikan gambaran acuan untuk mengetahui sejauh mana etika bisnis dalam Islam diterapkan dalam transaksi jual beli. Berikut tanggapan responden tentang pernyataan langsung tentang kebiasaan.

Sebagian besar responden bersikap setuju pada pernyataan-pernyataan yang diajukan tentang hubungan kebiasaan terhadap penerapan etika bisnis dalam Islam dalam transaksi jualbeli. Pada pernyataan satu yang mengatakan bahwa pedagang tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan, 10 orang responden atau 20% menyatakan sangat setuju dan 18 orang atau 36% menyatakan setuju. Sementara itu yang bersikap netral ada 9 orang responden atau

18% dan yang menyatakan tidak setuju masing-masing berjumlah 6 orang atau 12%. Kemudian yang menyatakan sangat tidak setuju masing-masing berjumlah 7 orang atau 14%. Ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis dalam Islam pada pernyataan pertama dari segi kebiasaan telah dijalankan oleh pedagang dengan baik.

Pada pernyataan ke-2 yaitu pedagang tidak pernah memarahi dan memaki-maki pembeli yang tidak jadi membeli, 9 orang responden atau 18% menyatakan sangat setuju. Yang menyatakan setuju ada 12 orang atau 24% dan 12 orang bersikap netral atau 24%. Adapun responden yang bersikap tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan berjumlah 10 orang atau 20%. Dan menyatakan sangat tidak setuju ada 7 orang atau 14%.

Hasil ini menyatakan sikap setuju memberi kepuasan yang dominan dalam sikap dan etika pedagang ketika pembeli tidak jadi membeli barang dagangan dan telah memberikan sikap yang positif walaupun masih ada kekurangan kesadaran penjual yang dapat peneliti lihat dari sikap netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju yang mana terkadang ada pedagang yang merasa kesal kepada pembeli disebabkan setelah tawar-menawar pembeli ingin membeli barang dagangan dengan harga

murah sedangkan keuntungan dari harga pokok sangatlah tipis, namun sipembeli tetap menawarkan dengan harga yang sangat murah. Di sinilah memberikan sikap kekesalan dari pihak penjual kepada pembeli.

Pernyataan ke-3 dari variabel kebiasaan menyatakan tentang penetapan harga yang selalu mengikuti hargapasar, 14 orang responden atau 28% yang menjawab sangat setuju dan yang menyatakan setuju berjumlah 10 orang responden atau 20%. 10 orang responden atau 20% menjawab netral terhadap pernyataan ini, sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju ada 9 orang atau 18% dan sangat tidak setuju berjumlah 7 orang atau 14%. Hal ini dapat memberikan gambaran bahwa telah sebagian besar pedagang mulai menerapkan aturan yang berlaku, tanpa disadari oleh para pedagang mereka telah menerapkan etika bisnis dalam Islam dengan baik yang mana dianjurkan Rasulullah saw.

Kebiasaan mengucapkan basmallah sebelum berjualan dinyatakan pada pernyataan ke-4 dari variabel kebiasaan. 9 orang responden atau 18% di antaranya menyatakan sangat setuju dengan kebiasaan mengucapkan basmallah sebelum berjualan. 11 orang atau 22% menyatakan setuju dan 14 orang atau 28% bersikap netral pada pernyataan ini. 9 orang responden atau 18% menyatakan

tidak setuju dan 7 orang atau 14% menyatakan sangat tidak setuju. Dari masing-masing jawaban terlihat bahwa para pedagang telah terbiasa dengan kebiasaan tersebut, meskipun belum seluruh pedagang melakukan hal itu.

10 orang responden menyatakan sangat setuju atau 20% pada pernyataan ke-5 tentang kebiasaan pedagang yang tidak pernah menjual barang-barang yang berbahaya seperti barang yang sudah kadaluarsa. 18 orang responden atau 36% yang lain menyatakan setuju dan netral 9 orang atau 18%. Sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju masing-masing berjumlah 6 orang atau 12% dan 7 orang responden atau 14%.

Hasil di atas menggambarkan bahwa pengukuran penerapan etika bisnis dalam Islam dengan menggunakan variabel kebiasaan menunjukkan hasil yang positif, dalam artian bahwa etika jual-beli dalam Islam sudah mulai diterapkan dengan cukup baik oleh para pedagang dalam transaksi jual beli. 9 orang responden menyatakan sangat setuju atau 18% pada pernyataan ke-6 tentang apakah pihak pedagang mengerti apa itu etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika jual-beli. 11 orang responden atau 22% yang lain menyatakan setuju dan netral 14 orang atau 28%. Sedangkan yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak

## 95~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam

setuju masing-masing berjumlah 9 orang atau 18% dan 7 orang responden atau 14%.

Hasil di atas menggambarkan bahwa pengukuran penerapan etika bisnis dalam Islam dengan menggunakan variabel kebiasaan menunjukkan hasil yang kurang pahamannya para pedagang akan apa itu etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika jual-beli. Hal ini disebabkan keterbatasan ilmu dan pendidikan para pedagang yang dikarenakan sebagian besar para pedagang tamat SMP dan SMA.

Secara keseluruhan dari variabel kebiasaan dapat kita lihat, 20.3% atau 61 jawaban menyatakan sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang diajukan. 26.6% atau 80 pernyataan setuju dan 22.6% atau 68 pernyataan netral. Sedangkan yang menyatakan tidak setuju ada 16.3% atau 49 pernyataan dan sisanya 14% atau 42 pernyataan sangat tidak setuju.

Hal ini menggambarkan bahwa penerapan etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika jual-beli dalam transaksi jual-beli di pasar kota Langsa sudah berjalan cukup bagus dan positif tanpa disengajai oleh para pedagang. Walaupun pada indikator ke-2, ke-4 dan ke-6 pada pernyataan tentang kebiasaan pedagang, masih ada kurang kesadaran para pedagang akan suatu ucapan dan

prilaku ketika yang tidak baik ketika pembeli tidak jadi membeli barang dagangan dengan cara memaki-maki si pembeli. Namun pada indikator yang ke-4, apakah ketika melakukan pekerjaan si penjual mengucapkan basmalah, tidak semua penjual melakukannya karena anggapan mereka sikap terburu-buru dan sikap lupa mendampakkan hal tersebut. Dan pada indikator ke-6 mengenai apa para pedagang tau apa itu etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika jual-beli, pihak pedagang banyak yang tidak mengetahui disebabkan ketipisan ilmu, sifat yang tidak gemar membaca dan pendidikan yang menjadi faktor utamanya.

### c. Hasil Wawancara Kepada Pembeli

Sebagaimana penjelasan dari hasil angket di atas, maka untuk melengkapi data dalam penelitian ini dilakukan wawancara kepada pembeli di Pasar Kota Langsa. Dan penulis mengambil sampel sebanyak 10 orang pembeli dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel IV : wawancara terhadap pembeli**

Opsi	Alternatif Jawaban	Jumlah (Orang)	Persentase%
A	Sangat Baik	1	10
B	Baik	5	50

C	Cukup	3	30
D	Kurang	1	10
		10	100

Sumber: Data Olahan Wawancara

Berdasarkan tabel di atas dari pertanyaan pertama dapat diketahui bahwa tanggapan sipembeli tentang etikasi penjual dalam menjual barang dagangannya adalah 1 orang responden atau 10% menyatakan sangat baik, dan 5 orang responden atau 50% menyatakan baik. Sedangkan 3 orang responden atau 30% menyatakan cukup dan 1 orang responden atau 10% menyatakan kurang. Jadi tanggapan pembeli bahwa etika jual-beli dalam Islam sudah mulai diterapkan dengan cukup baik oleh para pedagang dalam transaksi jual beli di pasar Kota Langsa walaupun sebagian pihak pedagang tidak memberikan sikap/prilaku yang baik.

**Tabel V : wawancara terhadap pembeli**

Opsi	Alternatif Jawaban	Jumlah (Orang)	Persentase%
A	Sangat Baik	2	20
B	Baik	3	30
C	Cukup	3	30
D	Kurang	2	20
		10	100

Sumber: Data Olahan Wawancara

Dari keterangan di atas dapat dari pertanyaan ke-2 diketahui bahwa tanggapan si pembeli tentang apakah si

pedagang mengatakan apa adanya tentang kualitas barang yang dijual adalah 2 orang responden atau 20% menyatakan sangat baik, dan 3 orang responden atau 30% menyatakan baik. Sedangkan masing-masing 3 orang responden atau 30% menyatakan cukup dan kurang. Jadi tanggapan pembeli bahwa si penjual sebagai tidak sebagian besar mengatakan kualitas barangnya dan dalam etika jual-beli dalam Islam hal ini menggambarkan akan kurang pahaman pihak pedagang bahwa dalam etika bisnis dalam Islam hal ini telah menyalahgunakan dikarenakan mencari keuntungan namun tidak melihat akan kualitas barang dan tidaklah sepadan. Banyak pihak pembeli mengeluhkan hal ini kepada si penjual akan kurang puas mereka dalam kualitas barang dagangan yang mereka perjual-belikan disebabkan ketidakjujuran si penjual.

**Tabel VI : wawancara terhadap pembeli**

Opsi	Alternatif Jawaban	Jumlah (Orang)	Persentase%
A	Sangat Baik	2	20
B	Baik	3	30
C	Cukup	2	20
D	Kurang	3	30
		10	100

Sumber: Data Olahan Wawancara

Dari keterangan di atas dapat diketahui dari pertanyaan ke-3 bahwa tanggapan si pembeli tentang apakah

**97~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam**

sipenjual selalu menepati janji sesuai dengan janjinya sebagai berikut 2 orang responden atau 20% menyatakan sangat baik, dan 3 orang responden atau 30% menyatakan baik. Sedangkan 2 orang responden atau 20% menyatakan cukup. Sedangkan yang menyatakan kurang berjumlah 3 orang atau 30%. Tanggapan pembeli bahwa sipenjual terkadang menepati janjinya namun ada yang tidak menepati janjinya.

**Tabel VII : wawancara terhadap pembeli**

Opsi	Alternatif Jawaban	Jumlah (Orang)	Persentase%
A	Sangat Baik	2	20
B	Baik	4	40
C	Cukup	2	20
D	Kurang	2	20
		10	100

Sumber: Data Olahan Wawancara

Dari keterangan di atas dapat diketahui bahwa tanggapan si pembeli dari pertanyaan ke-4 tentang bagaimana pendapat sipembeli antara harga dengan kualitas barang yang ditawarkannya adalah 2 orang responden atau 20% menyatakan sangat baik, dan 4 orang responden atau 40% menyatakan baik. Sedangkan masing-masing 2 orang responden atau 20% menyatakan cukup dan kurang. Di sini

tanggapan pembeli bahwa penjual telah menerapkan etika yang baik dalam transaksi jual-beli khususnya pada kualitas barang dengan harga yang ditawarkan.

Jadi hasil dari keseluruhan wawancara ini menggambarkan bahwa pengukuran penerapan etika bisnis dalam Islam yang dilakukan oleh pihak penjual/pedagang dari hasil wawancara kepada pembeli menunjukkan hasil yang positif dari sebagian pembeli dari indikator ke-1 sebanyak 60% responden dan indikator ke-4 sebanyak 60% responden. Namun adanya kekurangan kepuasan pembeli terhadap kualitas dan kejujuran si pedagang terhadap barang yang mereka jual. Di sini dapat kita lihat dari indikator ke-2 dan ke-3. Dalam artian bahwa etika jual-beli dalam Islam sudah mulai diterapkan sebagian pedagang dengan cukup baik tanpa mereka sadari oleh para pedagang dalam transaksi jual beli di Pasar kota Langsa.

**d. Hasil Observasi**

Dari hasil observasi yang dapat digambarkan dalam bentuk tabel sesuai dengan hasil angket dan wawancara peneliti dari pihak penjual dan pembeli sebagai berikut :

**Tabel VII : Hasil Observasi**

No	Keterangan	Pelaksanaan		
		Ya	Tdk Per nah	Kadang-Kadang
1	Menjelaskan Kualitas Barang			✓
2	Menjelaskan cacat pada barang		✓	
3	Mengurangi Timbangan			✓
4	Mengurangi ukuran/takaran			✓
5	Menyakiti pembeli dengan perkataan/perbuatan	✓		✓
6	Menjual barang dengan harga standar	✓		
7	Memaksa Pembeli		✓	
8	Menjual barang yang diharamkan		✓	

Sumber: Data Olahan Observasi

Adapun penjelasan etika bisnis dalam Islam yang diterapkan pada etika jual-beli meliputi hal-hal sebagai berikut dari hasil pengamatan dan penelitian oleh penulis baik dari angket, wawancara dan observasi akan dijelaskan sebagai berikut :

Dari penerapan etika bisnis dalam Islam yang diterapkan pada etika jual-beli memberi kejelasan bahwa dari hasil angket yang ada pihak pedagang telah menerapkan etika bisnis dengan baik, walaupun belum sebagian pihak pedagang belum

Dari hasil observasi melalui hasil kasat mata dan wawancara langsung kepada pihak penjual dan pembeli di pasar tradisional kota Langsa, bahwa secara tidak langsung etika jual-beli dalam Islam belum diterapkan sebagian pihak pedagang di pasar kota Langsa baik menjelaskan kualitas barang cacat pada barang, timbangan, ukuran atau takaran pada timbangan, perkataan pedagang (sikap), menjual barang dengan memaksa pembeli dan menjual barang yang diharamkan. Dari masing-masing jawaban terlihat bahwa para pedagang belum bisa menerapkan etika bisnis dalam Islam sesuai ajaran Nabi kita Muhammad saw sebelumnya. Hal ini disebabkan keterbatasan keimanan, ilmu, kurang sadaran para pedagang yang hanya mencari keuntungan semata tanpa menyadari halal dan haramnya.

melaksanakannya etika bisnis dalam Islam yang sesungguhnya dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dan observasi yang dibuat oleh peneliti. Permasalahan yang selalu timbul adalah ketidak jujuran para pedagang dalam transaksi jual-beli dan sifat curang serta jual-beli secara adil yang membuat ketidak pahaman para pedagang akan suatu yang baik, buruk, halal atau haramnya kegiatan yang berlangsung dalam transaksi jual-beli tersebut.

## **99~ Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Kota Langsa Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam**

### **Kesimpulan**

Etika bisnis dalam Islam yang meliputi niat, kejujuran, tidak curang, menepati janji dan jual-beli secara adil dari hasil pengamatan dan penelitian yang penulis teliti, baik dari angket yang ada, wawancara dan observasi menunjukkan belum keseluruhan pedagang menerapkan etika bisnis dalam Islam yang disebabkan oleh tipisnya keimanan, pendidikan, dan ketidaksadaran para pedagang akan sesuatu yang halal atau haram yang telah mereka lakukan. Meskipun begitu, dari pada seluruh hasil dapatan penelitian ini, peneliti menyimpulkan para pedagang sebetulnya

tidak ingin melakukan pelanggaran atau larangan, akan tetapi karena keadaan ekonomi yang tidak baik serta kurangnya penyuluhan dari pemerintah mengenai etika bisnis yang benar maka mereka tergoda atau terpancing melakukan pelanggaran. Secara umum, peneliti mendapati bahwa para pedagang di pasar kota Langsa sudah memiliki niat baik dalam bertransaksi atau berjualan, namun ada beberapa pedagang serta kondisi yang membuat mereka berlaku curang, ini menajdi tugas semua pihak yang berkepentingan agar para pedagang dapat lebih paham akan perlunya etika bisnis yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

## Daftar Pustaka

- Al-Jarjawi, Syeikh Ali Ahmad. *Indahnya Syariat Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2010
- Alma, H. Buchari. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, Bandung : Alfabeta, 2004
- Beekun, Rafik Issa. *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004
- Nejatullah. *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam*, Jakarta : Bumi Aksara, 2004
- Haroen, Nasrun. *Fiqih Muamalah*, Jakarta : Gaya Media Pratama, 2000
- Hasan, Muhammad Ali. *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2008.
- Kasmir dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta : Kencana, 2006
- Karim, Adiwarmanto. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005
- Lubis, Suhrawardi. *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2002
- Muhammad Hasbi Assiddiqie. *Hakikat Islam dan Unsur-Unsur Agama*, Aceh: Menara, 1947
- Mujahidin, Akhmad. *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007
- Nafik, Muhammad. *Bursa Efek dan Investasi Syariah*, Jakarta: PT. Serambi Ilmu
- Natadiwirya, Muhandis. *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Granada Press, 2007
- Nawawi, Imam. *Shahih Riyadhusalihin terj.* Jakarta: Pustaka Azzam, 2003
- Penyusun, Tim. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003
- Qiraati, Muhsin. *Membangun Agam*, Bogor: Cahaya, 2004
- Rasjid, H. Sulaiman. *Fiqih Islam*, Bandung: Sinar Baru Algasindo, 2007
- Rifai, Mohammad. *Khiyatul Mujahid, Terj.* Semarang: Toha Putra, 2009
- Umar, Husein. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007