

**PERILAKU PEDAGANG SAYUR-MAYUR
DI PASAR SENTRAL PINRANG
(Analisis Etika Bisnis Islam)**



Oleh

RAFIDAH

NIM. 15.2200.059

PAREPARE

**PROGRAM STUDI MUAMALAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**PERILAKU PEDAGANG SAYUR-MAYUR
DI PASAR SENTRAL PINRANG
(Analisis Etika Bisnis Islam)**



Oleh

RAFIDAH

NIM. 15.2200.059

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Program Studi Muamalah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI MUAMALAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**PERILAKU PEDAGANG SAYUR-MAYUR
DI PASAR SENTRAL PINRANG
(Analisis Etika Bisnis Islam)**

Skripsi

**sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

Program Studi

Muamalah (Hukum Ekonomi Syariah)

Disusun dan diajukan oleh

RAFIDAH

NIM . 15.2200.059

Kepada

**PROGRAM STUDI MUAMALAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Perilaku Pedagang Sayur-mayur di Pasar Sentral
Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam)

Nama Mahasiswa : Rafidah

NIM : 15.2200.059

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Rektor IAIN Parepare
Nomor: B.3680/In.39/PP.00.09/12/2018

Disetujui oleh

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP : 19730129 200501 1 004

Pembimbing Pendamping : Wahidin, M.HI
NIP : 19711004 200312 1 002



Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dekan,



Dr. Hj. Rusdya Basri Lc., M.Ag. ✓
NIP. 19711214 200212 2 002

SKRIPSI

PERILAKU PEDAGANG SAYUR-MAYUR DI PASAR SENTRAL PINRANG (Analisis Etika Bisnis Islam)

disusun dan diajukan oleh

RAFIDAH
NIM. 15.2200.059

telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 10 Februari 2020 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP : 19730129 200501 1 004
Pembimbing Pendamping : Wahidin, M.HI
NIP : 19711004 200312 1 002




Institut Agama Islam Negeri Parepare
Rektor,

Dr. Naimed Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19640427 198703 1 002



Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dekan,

Dr. Hj. Rusdava Basri, Lc., M. Ag.
NIP. 19711214 200212 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Perilaku Pedagang Sayur-mayur di Pasar Sentral
(Analisis Etika Bisnis Islam)

Nama Mahasiswa : Rafidah

NIM : 15.2200.059

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Rektor IAIN Parepare
Nomor: B.3680/In.39/PP.00.09/12/2018

Tanggal kelulusan : 10 Februari 2020

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.	(Ketua)	(.....)
Wahidin, M.HI	(Sekertaris)	(.....)
Dr. Hannani, M.Ag.	(Anggota)	(.....)
Dr. Hj. Saidah, S.HI., M.H.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Institut Agama Islam Negeri Parepare

Rektor,



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.,
NIP. 19640427 198703 1 002

Kata Pengantar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Alhamdulillah robbil' alamin. Puji syukur kehadiran Allah swt yang telah menganugerahkan akal dan menjadikan manusia sebagai makhluk yang berfikir sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan gelar “ Sarjana Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam” di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Kemudian kita kirimkan shalawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad Saw.

Penulis ucapkan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada keluargaku tercinta yaitu ayahanda Abdul Kadir dan Ibunda Nadira Sawidi yang merupakan kedua orang tua penulis yang senantiasa memberi semangat, nasihat dan doa demi kesuksesan anaknya. Berkat merekalah sehingga penulis berusaha menyelesaikan tugas akademik ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis sadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah suka rela membantu serta mendukung sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelolah lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Hj. Rusdaya Basri, Lc, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang baik bagi mahasiswa.
3. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag dan bapak Wahidin, M.HI selaku pembimbing I dan II, atas segala bantuan dan bimbingan bapak dan yang telah diberikan selama dalam penulis ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang selama ini telah memberikan didikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan semua studi yang mempunyai kelebihan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
5. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama menjalani pendidikan di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepala sekolah, guru dan staf Sekolah Dasar Negeri (SDN), Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) dan Sekolah Menengah Atas Negeri

(SMAN) tempat penulis pernah mendapatkan pendidikan dan bimbingan di bangku sekolah.

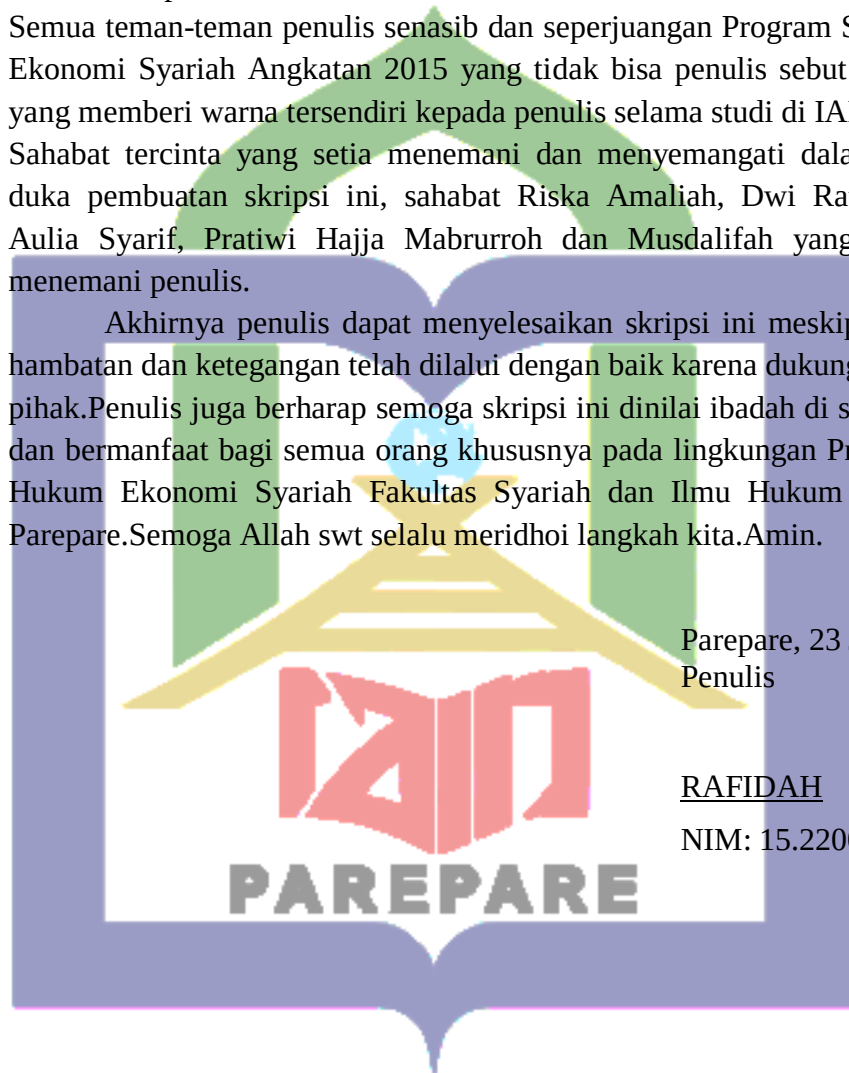
7. Kepala Daerah Kabupaten Pinrang beserta jajarannya atas izinnya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Saudara dan keluarga tercinta terkhusus orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan penulis.
9. Semua teman-teman penulis senasib dan seperjuangan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2015 yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang memberi warna tersendiri kepada penulis selama studi di IAIN Parepare.
10. Sahabat tercinta yang setia menemani dan menyemangati dalam suka dan duka pembuatan skripsi ini, sahabat Riska Amaliah, Dwi Ratnasari, Ulfa Aulia Syarif, Pratiwi Hajja Maburroh dan Musdalifah yang telah setia menemani penulis.

Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun berbagai hambatan dan ketegangan telah dilalui dengan baik karena dukungan beberapa pihak. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dinilai ibadah di sisi Allah swt dan bermanfaat bagi semua orang khususnya pada lingkungan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare. Semoga Allah swt selalu meridhoi langkah kita. Amin.

Parepare, 23 Januari 2020
Penulis

RAFIDAH

NIM: 15.2200.059



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Rafidah
NIM : 15.2200.059
Tempat/Tanggal Lahir : Paladang, 30 Desember 1996
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Judul Skripsi : Perilaku Pedagang Sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang
(Analisis Etika Bisnis Islam)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 23 Januari 2019
Yang Menyatakan

RAFIDAH
NIM. 15.2200.059

ABSTRAK

Rafidah, Perilaku Pedagang sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam). (Dibimbing oleh Bapak Muhammad Kamal Zubair dan Bapak Wahidin)

Sebagian pedagang di pasar sentral Pinrang merupakan pedagang sayur-mayur yang menjual sayur-mayur dengan berbagai jenis. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah pedagang sayur-mayur yang menjual sayur-mayur model bauran (campuran) yang dimana pedagang mencampur kualitas sayur-mayur mulai dari yang baik hingga yang buruk lalu dijual dengan harga yang sama. Hal ini tentunya merugikan pembeli, yang dimana dalam jual beli harusnya tidak pihak yang dirugikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah para pedagang di pasar sentral Pinrang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dan apakah ada pedagang yang sengaja maupun tidak melakukan jual beli sayur-mayur model bauran (campuran) serta bagaimana pertanggung jawabannya jikalau ada pembeli yang menemukan hal tersebut dan bagaimana etika bisnis Islam terhadap hal tersebut.

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field reaserch*) yang menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bersumber dari pasar sentral Pinrang melalui teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan para pedagang memahami akad dan syarat sah dalam jual beli itu sendiri begitu pula dengan para pembeli. Namun dalam penerapannya masih ada pedagang yang belum menerapkan syarat sah dalam jual beli serta prinsip-prinsip etika bisnis Islam namun kebanyakan dari pedagang sayur-mayur di pasar sentral pinrang telah menerapkan syarat sah dalam jual beli. Begitu pula dengan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam tetap masih ada pedagang yang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

Kata Kunci : Perilaku, Pedagang, Sayur-mayur Model bauran, Etika Bisnis Islam.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Tinjauan Teoritis	8
2.2.1 Konsep Perilaku	8
2.2.2 Konsep Pedagang.....	12
2.2.3 Sayur-mayur Model Bauran.....	19
2.2.4 Teori Etika Bisnis Islam.....	19

	2.3 Tinjauan Konseptual	32
	2.4 Kerangka Pikir	34
	2.5 Bagan Kerangka Pikir	35
BAB III	METODE PENELITIAN	36
	3.1 Jenis Penelitian.....	36
	3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
	3.3 Fokus Penelitian.....	38
	3.4 Jenis dan Sumber Data yang digunakan.....	38
	3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
	3.6 Teknik Analisis Data	39
BAB IV	PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	41
	4.1 Transaksi Jual Beli Sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang.....	41
	4.2 Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang Sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang	47
BAB V	PENUTUP	57
	5.1 Simpul	57
	5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMIPRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

NO	JUDUL GAMBAR	HALAMAN
1	Bagan Kerangka Pikir	35



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1	Data Pedagang di Pasar Sentral Pinrang	37



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Outline Wawancara	Lampiran
2	Izin Melaksanakan Penelitian dari IAIN Parepare	Lampiran
3	Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah Kabupaten Pinrang	Lampiran
4	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	Lampiran
5	Keterangan Wawancara	Lampiran
6	Dokumentasi	Lampiran
7	Biografi Penulis	Lampiran

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar dapat diartikan sebagai tempat dimana pedagang dan pembeli bertemu untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Para ahli ekonomi menggunakan istilah pasar untuk menyatakan sekumpulan pedagang dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk atau kelas produk tertentu, misalnya pasar perumahan, pasar besar, dan lain-lain.¹ Pasar memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga, dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka panjang.

Dengan demikian pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli, merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah. Selain sebagai urat nadi, pasar juga menjadi barometer bagi tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat.² Pada masa lampau, pasar mengacu pada lokasi geografis, tetapi sekarang ini pasar tidak lagi mempunyai batas-batas geografis karena komunikasi modern telah memungkinkan para pembeli dan penjual untuk mengadakan transaksi tanpa harus bertemu satu sama lain.

Allah swt mensyariatkan jual beli sebagai pemberian keleluasaan kepada hamba-hamba-Nya, karena semua manusia secara pribadi mempunyai kebutuhan berupa sandang, pangan, dan papan. Jual beli dalam Islam berlandaskan pada alQuran dan Hadis, yang merupakan petunjuk bagi umat Muslim. (Q.S An-Nisa 4: 29)

¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar)*. (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 141.

² Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar)*, h. 142.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۖ ٢٩ .

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah swt adalah Maha Penyayang kepadamu.³

Sabda Rasulullah Muhammad saw. diriwayatkan oleh Abu sa'id menegaskan :

عن عبد الله بن عمر رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: « التَّاجِرُ الْأَمِينُ الصَّدُوقُ الْمُسْلِمُ مَعَ الشُّهَدَاءِ - وفي رواية: مع النبيين و الصديقين و الشهداء - يَوْمَ الْقِيَامَةِ » رواه ابن ماجه والحاكم والدارقطني وغيرهم⁴

Artinya:

Dari 'Abdullah bin 'Umar *radhiallahu 'anhu* bahwa Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda, "Seorang pedagang muslim yang jujur dan amanah (terpercaya) akan (dikumpulkan) bersama para Nabi, orang-orang shiddiq dan orang-orang yang mati syahid pada hari kiamat (nanti).⁵

Hadis tersebut menunjukkan bahwa dalam setiap transaksi jual beli diperintahkan untuk lebih mengutamakan kejujuran dan memegang teguh kepercayaan yang diberikan orang lain. Dalam hal ini kunci keberhasilan dan kesuksesan Nabi saw dalam perdagangan diantaranya adalah dimilikinya sifat-sifat terpuji Beliau yang sangat dikenal penduduk Mekkah kala itu yaitu jujur (*shidiq*), menyampaikan (*tabligh*), dapat dipercaya (*amanah*), dan bijaksana (*fhatanah*).

³ Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: Soenarjo, 1971), h. 122.

⁴ Abdullah Shonhaji dkk. *Tarjamaah Sunan Ibnu majah Jilid III*(Semarang: CV.Asy Syifa, 1993), h. 3.

⁵ Abdullah Shonhaji dkk. *Tarjamaah Sunan Ibnu majah Jilid III*(Semarang: CV.Asy Syifa, 1993), h. 3.

Namun biasanya ada kecurangan yang terjadi dalam transaksi jual beli di pasar. Islam mengharamkan segala bentuk penipuan, baik dalam masalah jual beli, maupun dalam seluruh *mu'amalah*. Seorang muslim dituntut untuk berlaku jujur dalam seluruh urusannya, sebab keikhlasan dalam beragama, nilainya lebih tinggi dari pada seluruh usaha duniawi.⁶

Etika merupakan pedoman yang digunakan umat Islam untuk berperilaku dalam segala aspek kehidupan. Etika bisnis Islam mengedepankan nilai-nilai alQuran dan hadis maka dari itu jual beli juga harus menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam agar terciptanya kemakmuran dan kesejahteraan antara pedagang dan pembeli. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu Kesatuan (*Tauhid/Unity*), Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*), Kehendak Bebas (*Free Will*), Tanggung Jawab (*Responsibility*) serta Kebenaran, kebajikan dan kejujuran dalam jual beli.

Pasar Sentral Pinrang yang berlokasi di Jl.A.Makkasau, Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan, Indonesia, merupakan pusat Perbelanjaan masyarakat di Kabupaten Pinrang dan sekitarnya. Mulai dari jual beli sembako, buah-buahan, pakaian dan lain sebagainya yang merupakan kebutuhan sehari-hari. Dan sebagian pedagang di pasar sentral Pinrang merupakan pedagang sayur-mayur yang menjual sayur-mayur dengan berbagai jenis.

Jual beli sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang merupakan kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli di Pasar Sentral namun ada beberapa pedagang sayur-mayur yang menjual sayur-mayur dengan model bauran (campuran). Sayur-mayur model bauran adalah sayur-mayur mulai dari kualitas yang baik atau

⁶ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar)*, h. 148

yang masih segar dicampur dengan sayur-mayur dengan kualitas yang buruk, yang sudah layu atau cacat dan dijual dengan harga yang sama.

Adapun dalam jual beli sayur-mayur model bauran belum bisa dikatakan jual beli yang berdasarkan etika bisnis Islam karena tidak jujur atau transparansi. Jika pembeli tidak mengetahui akan hal ini akan merugikan pembeli tersebut. Hal ini tentunya bertentangan dengan etika bisnis Islam dalam etika bisnis Islam pedagang dituntut untuk berlaku jujur, bijak dan benar. Yang tidak akan merugikan salah satu pihak.

Maka dari itu Saya sebagai Penulis ingin melakukan penelitian di Pasar Sentral Pinrang mengenai adanya jual beli sayur-mayur model bauran, Apakah ada pedagang yang melakukan hal tersebut baik disengaja maupun tidak dan bagaimana pertanggungjawaban jikalau ada pembeli yang menemukan hal tersebut pada sayur yang dibelinya. Serta bagaimana etika bisnis Islam terhadap hal tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan judul yang menjadi pokok permasalahan kemudian ditarik sub-sub masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana transaksi jual beli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang ?
- 1.2.2 Bagaimana analisis etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui bagaimana transaksi jual beli sayur-mayur di pasar sentral pinrang

- 1.3.2 Untuk mengetahui Bagaimana analisis etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang sayur-mayur di pasar sentral pinrang.

1.4 Kegunaan Penelitian

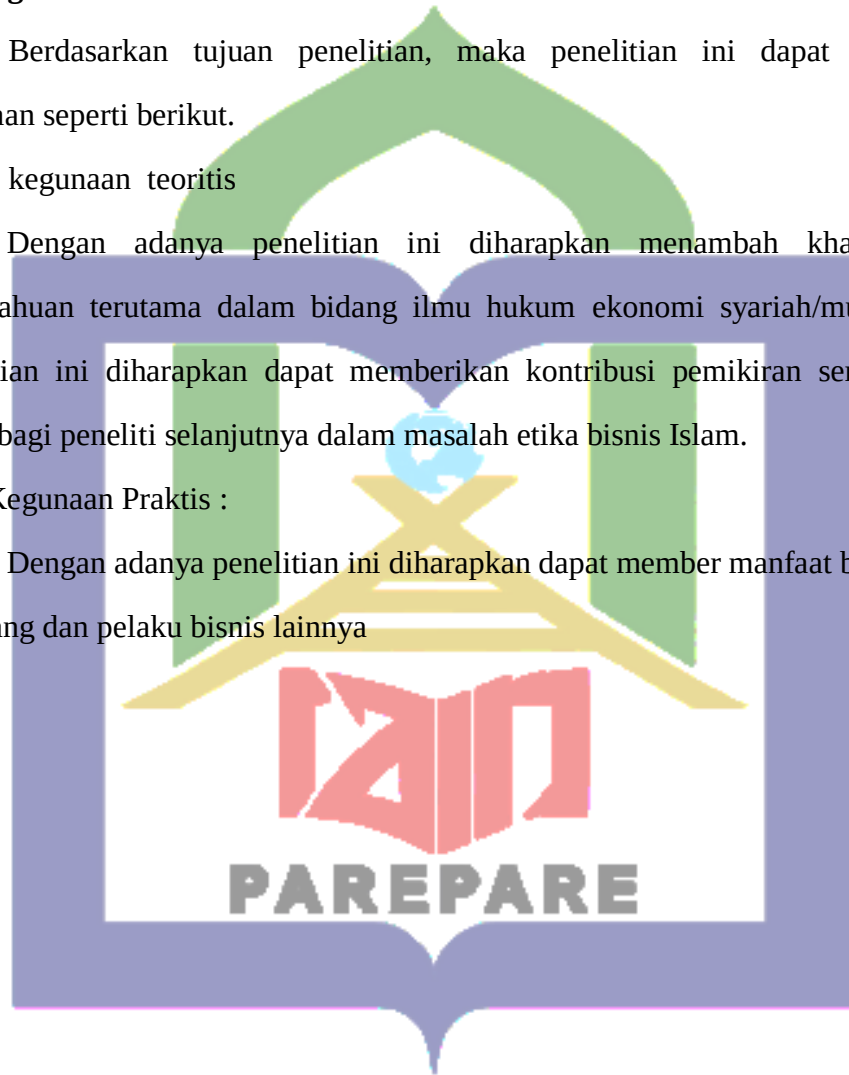
Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini dapat memberikan kegunaan seperti berikut.

1.4.1 kegunaan teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menambah khazanah ilmu pengetahuan terutama dalam bidang ilmu hukum ekonomi syariah/muamalah dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran serta dijadikan bahan bagi peneliti selanjutnya dalam masalah etika bisnis Islam.

1.4.2 Kegunaan Praktis :

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat member manfaat bagi para pedagang dan pelaku bisnis lainnya



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Sepanjang penelusuran yang peneliti lakukan, peneliti menemukan penelitian yang terkait dengan jual beli dengan perspektif Etika Bisnis Islam diantaranya ialah :

- 2.1.1 Penelitian yang dilakukan oleh Mardania pada tahun 2016 dengan judul *Analisis Etika Bisnis Islam terhadap unsur Tadlis pada Pedagang Buah (Studi di Desa Mirring Kab.Polewali Mandar)*. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dan penyelesaian masalah ketika seorang konsumen mengetahui adanya unsur *tadlis* pada pedagang buah di Desa Mirring, Kabupaten Polewali Mandar. Peneliti menyimpulkan bahwa para pedagang buah di desa Mirring belum menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dengan baik karena tidak bertanggung jawab atas keluhan konsumen yang mengetahui adanya unsur *tadlis* pada sistem penjualannya. Persamaan Penelitian diatas dengan penelitian Penulis ialah terletak pada analisis etika bisnis Islam dan adapun perbedaannya yakni pada tempat penelitian serta objek penelitian.⁷
- 2.1.2 Penelitian yang dilakukan oleh Umi Mursidah pada Tahun 2017 dengan judul *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang penerapan etika bisnis Islam di pasar Betung kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat.

⁷Mardania, *Analisis Etika Bisnis Islam terhadap unsur Tadlis pada Pedagang Buah (Studi di Desa Mirring Kab.Polewali Mandar)*, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2016).

Peneliti menyimpulkan etika bisnis Islam di Pasar Betung belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang karena hanya prinsip pertanggungjawaban saja yang sudah diterapkan dengan baik oleh para pedagang di pasar Betung. Sedangkan prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas dan prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di pasar Betung. Persamaan Penelitian diatas dengan penelitian Penulis ialah terletak pada analisis etika bisnis Islam dan adapun perbedaannya yakni pada tempat penelitian serta objek penelitian.⁸

- 2.1.3 Penelitian yang dilakukan oleh Nila Astuti Harahap pada tahun 2018 dengan judul *Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis pada Supermarket De'Halal Mart Yogyakarta*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara komprehensif tentang penerapan etika bisnis Islam di bidang Supermarket yakni di Supermarket De'Halal Mart Yogyakarta. Kemudian dilanjutkan dengan mendeskripsikan bagaimana dampak yang didapatkan perusahaan setelah menerapkan etika bisnis Islam. Peneliti menyimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam pada De'Halal Mart Yogyakarta telah diterapkan dengan baik karena pada Supermarket De'Halal Mart tersebut sangat mengedepankan nilai-nilai Syariah Islam pada operasionalnya. Kemudian dampak penerapan aksioma etika bisnis Islam yang telah diterapkan dengan baik pada perusahaan akan menghasilkan dampak positif semakin banyak jumlah pelanggan atau konsumen atau otomatis bisnis yang dijalankan pun akan semakin

⁸Umi Mursidah, *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*, (Lampung :Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung, 2017).

berkembang, dan dapat beroperasi dengan lancar. Persamaan Penelitian di atas dengan penelitian Penulis ialah terletak pada analisis etika bisnis Islam dan adapun perbedaannya yakni pada tempat penelitian serta objek penelitian.⁹

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Konsep Perilaku

Dalam Kamus besar bahasa Indonesia, kata perilaku berarti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan dan lingkungan.¹⁰ Salah satu karakteristik reaksi perilaku manusia yang menarik adalah sifat diferensialnya. Maksudnya satu stimulasi dapat menimbulkan lebih dari satu respons yang berbeda dan beberapa stimulus yang berbeda dapat menimbulkan lebih dari satu respon yang sama. Perilaku manusia tidaklah sederhana untuk dipahami dan diprediksikan. Begitu banyak faktor-faktor internal dan eksternal dari dimensi masa lalu, saat ini, dan masa yang akan datang yang ikut mempengaruhi perilaku manusia.¹¹

Dalam agama perilaku yang baik adalah perilaku yang sesuai dengan tujuan penciptaan manusia ke dunia yaitu untuk menghambakan diri kepada Tuhannya. Panduan tentang bagaimana perilaku seorang itu diukur dan dinilai telah dipaparkan oleh Al-Qur'an. Maka orang-orang beriman, standar dan ukuran perilaku mereka hendaknya selalu diselaraskan dengan perilaku Rasulullah Saw. Al-Qur'an senantiasa

⁹ Nila Astuti Harahap, *Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis pada Supermarket De'Halal Mart Yogyakarta*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018).

¹⁰ Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Edisi Keempat)* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2008), h. 1056.

¹¹ Saifuddin Anwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya* (Edisi, Ke-2 Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2011), h. 9.

menyuruh orang-orang yang beriman untuk meniru dan mengikuti jejak yang dilakukan Rasulullah Saw dalam setiap perilaku mereka.¹²

2.2.1.1 Jenis Perilaku

Perilaku manusia dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

a) Perilaku Refleksi

Perilaku refleksif merupakan perilaku yang terjadi atas reaksi secara spontan (tanpa dipikir) terhadap stimulus yang mengenai organisme tersebut. Contoh reaksi kedip mata bila kena sinar, gerak lutut bila kena sentuhan palu, menarik jari bila kena api. Stimulus yang diterima oleh individu tidak sampai kesusunan syaraf atau otak, sebagai pusat kesadaran, pusat pengendali, dari perilaku manusia. Perilaku yang refleksif langsung timbul begitu menerima stimulus.¹³

b) Perilaku Non Refleksi

Perilaku yang non-refleksif, perilaku ini dikendalikan atau diatur oleh pusat kesadaran atau otak. Dalam kaitan ini stimulus setelah diterima reseptor (penerima) kemudian diteruskan ke otak sebagai pusat syaraf, pusat kesadaran, baru kemudian terjadi respons melalui afektor. Proses yang terjadi dalam otak atau pusat kesadaran ini yang disebut proses psikologi. Perilaku atau aktivitas atas dasar proses psikologis inilah yang disebut aktivitas psikologi atau perilaku psikologi.

2.2.1.2 Pembentukan Perilaku manusia

¹² Mustaq Ahmad. *Etika Bisnis Islam*.(Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h. 43.

¹³ Adnan achiruddin saleh, *Pengantar psikologi* (Makassar : Aksara timur, 2018), h. 138

Perilaku manusia sebagian besar ialah berupa perilaku yang dibentuk atau dipelajari. Maka dari itu bagaimana cara membentuk perilaku itu sesuai yang diharapkan.¹⁴

a. Pembentukan perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan.

Dengan cara membiasakan diri untuk berperilaku seperti yang diharapkan, akhirnya akan terbentuk perilaku tersebut. Contoh, anak dibiasakan bangun pagi, atau menggosok gigi sebelum tidur, mengucapkan terima kasih bila diberi sesuatu oleh orang lain, membiasakan diri tidak terlambat ke sekolah. Cara ini didasarkan atas tempat belajar kondisioning baik yang dikemukakan oleh Pavlov maupun oleh Thorndike dan Skinner.

b. Pembentukan perilaku dengan pengertian (*insight*)

Pembentukan perilaku dapat ditempuh dengan pengertian atau *insight*. Misal datang kuliah jangan sampai terlambat karena dapat mengganggu teman yang lain. Naik motor harus pake helm, karena helm tersebut untuk keamanan diri. Cara berdasarkan atas teori belajar kognitif yaitu belajar disertai adanya pengertian. Bila dalam eksperimen Thorndike dalam belajar yang dipentingkan adalah soal latihan, maka dalam eksperimen Kohler dalam belajar yang penting adalah pengertian atau *insight*. Kohler adalah salah seorang tokoh dalam psikologi Gestalt dan termasuk dalam aliran kognitif.

c. Pembentukan perilaku dengan menggunakan model¹⁵

Pembentukan perilaku masih dapat ditempuh dengan menggunakan model atau contoh. Kalau orang bicara bahwa orang tua sebagai contoh anak-anaknya,

¹⁴ Adnan Achiruddin Saleh, *Pengantar psikologi*, h. 139

¹⁵ Adnan Achiruddin Saleh, *Pengantar psikologi*, h. 140

pimpinan sebagai panutan yang dipimpinnya, hal tersebut menunjukkan pembentukan perilaku dengan menggunakan model. Pimpinan dijadikan model atau contoh oleh orang yang dipimpinnya. Cara ini didasarkan atas teori belajar sosial atau *observational learning theory* yang dikemukakan oleh Albert Bandura.

2.2.1.3 Teori perilaku Manusia

a. Teori insting

Teori ini dikemukakan oleh McDougall, menurut McDougall perilaku itu disebabkan karena insting, insting merupakan perilaku yang *innate*, perilaku bawaan, dan insting akan mengalami perubahan karena pengalaman.

b. Teori dorongan

teori ini bertitik tolak pada pandangan bahwa individu mempunyai dorongan-dorongan atau *drive* tertentu. Dorongan-dorongan ini berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan organisme yang mendorong individu berperilaku. Bila seseorang mempunyai kebutuhan, dan ingin memenuhi kebutuhannya maka akan terjadi ketegangan dalam diri orang tersebut. Bila individu berperilaku dan dapat memenuhi kebutuhannya, maka akan terjadi pengurangan atau reduksi dari dorongan-dorongan tersebut. Karena itu teori ini menurut Hull juga disebut teori *drive reduction*.¹⁶

c. Teori Insentif

Teori ini bertitik tolak pada pendapat bahwa perilaku manusia disebabkan karena adanya insentif. Dengan insentif akan mendorong manusia berbuat atau berperilaku. Insentif ada yang positif dan negatif. Yang positif adalah berkaitan dengan hukuman. Yang positif akan mendorong manusia dalam berbuat, sedangkan

¹⁶ Adnan achiruddin saleh, *Pengantar psikologi*, h. 141

yang negatif akan dapat menghambat dalam manusia berperilaku. Berarti perilaku timbul adanya insentif.

d. Teori Atribusi

Teori ini menjelaskan tentang sebab-sebab perilaku manusia. Apakah perilaku itu disebabkan disposisi internal (misal motif, sikap) ataukah oleh keadaan eksternal.

e. Teori Kognitif

Apabila seseorang harus memilih perilaku yang mana mesti dilakukan, maka pada umumnya yang bersangkutan akan memilih alternatif perilaku yang akan membawa manfaat sebesar-besarnya bagi yang bersangkutan. Ini disebut dengan model *subjective expected utility* (SEU). Dengan kemampuan memilih ini berarti faktor berfikir berperan dalam menentukan pilihannya. Dengan kemampuan berpikiran seseorang dapat melihat apa yang telah terjadi sebagai bahan pertimbangannya disamping melihat apa yang dihadapi pada waktu sekarang dan juga dapat melihat ke depan apa yang akan terjadi dalam seseorang bertindak. Dalam model SEU kepentingan pribadi yang menonjol. Tetapi dalam seseorang berperilaku kadang-kadang kepentingan pribadi dapat disingkirkan.¹⁷

2.2.2 Konsep Pedagang

Dalam Kamus besar bahasa Indonesia, pedagang merupakan orang yang kerjanya berdagang.¹⁸ Perdagangan sebagai konsep mempunyai arti yang penting sekali dalam Islam. Pentingnya konsep tersebut dapat dilihat misalnya pada penggunaan kata tersebut yang multimakna. Dalam al-Qur'an, kata "perdagangan" tersebut tidak saja digunakan untuk menunjuk pada aktivitas transaksi dalam

¹⁷ Adnan achiruddin saleh, *Pengantar psikologi*, h. 143

¹⁸ Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Edisi Keempat)*(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2008), h. 285.

pertukaran barang atau produk tertentu pada kehidupan nyata sehari-hari, tetapi juga digunakan untuk menunjuk pada sikap ketaatan seseorang kepada Allah Swt.

Qaradhawi menegaskan bahwa sah dan tidaknya transaksi perdagangan tergantung jujur dan tidaknya usaha perdagangan itu dilakukan. Melalui kejujuran, kepercayaan dapat dibangun diantara para pelakunya. Pedagang yang tidak jujur dalam usaha perdagangannya adalah pedagang yang lalai dari ketaatannya kepada Allah swt dan ia sendiri dalam hal ini dilalaikan oleh usaha perdagangan itu sendiri.¹⁹

Perdagangan yang Islami, atau yang mempunyai watak yang sesuai dengan ajaran Islam adalah apabila perdagangan tersebut berlandaskan norma-norma Islam, diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Menegakkan perdagangan barang yang tidak haram.
2. Bersikap benar, amanah dan jujur.
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Menegakkan kasih sayang, nasihat, dan mengharamkan monopoli untuk melipat gandakan keuntungan pribadi.
5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
6. Berprinsip bahwa perdagangan merupakan bekal untuk akhirat.

Kemudian konsep perdagangan mempunyai makna eskatologis, yakni yang mencakup keselamatan dan tujuan akhir kehidupan manusia, apabila perdagangan tersebut berdimensi vertikal sekaligus berdimensi horizontal. Disinilah sekali lagi arti ibadah dari kegiatan perdagangan. Dengan sendirinya, seorang muslim yang baik yang melakukan perdagangan dengan cara yang jujur sebagaimana yang digariskan agama, ia tidak saja mendapatkan kebaikan-kebaikan untuk kehidupan kelak

¹⁹ Jusmaliani, dkk. *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 28.

diakhirat. Menurut Qaradhawi, ada beberapa hal yang harus dipelihara untuk mencapai tujuan yang eskatologis tersebut.

1. Meluruskan Niat dan memantapkan akidah diawal perniagaannya. Hendaklah ia menjadikan agama sebagai landasan pelaksanaan usaha perdagangannya, dan selanjutnya usaha tersebut sebagai pelaksanaan kewajiban mencukupi kebutuhannya dan kebutuhan keluarganya. Apabila seorang pedagang mempersiapkan akidah-akidah dan niat-niat seperti ini, maka ia adalah seorang pedagang dijalan akhirat.²⁰
2. Berniat untuk berdagang dalam usahanya melaksanakan *fardhu kifayah* (yang diwajibkan), dan ber-*dzikrullah* (mengingat Allah swt).
3. Rela menerima dan tidak tamak kepada pasar dan perni
4. Menghindari *syubhat* (samar antara haram dan halal), dan mencermati semua bentuk *mu'amalah* (pergaulannya).²¹
5. Perniagaan. Apabila seorang pedagang telah memperoleh pendapatan cukup, maka bersegeralah mengalihkan perhatiannya dan menyibukkan diri untuk perniagaan akhirat. Demikian sifat dasar dari pedagang yang tidak rakus.

Dalam jual beli pedagang harus memenuhi syarat-syarat sah dalam jual beli yaitu sebagai berikut.

a. Ketidakjelasan (*Al-Jahalah*)

Yang dimaksud disini adalah ketidakjelasan yang serius yang mendatangkan perselisihan yang sulit untuk diselesaikan.

²⁰ Jusmaliani, dkk. *Bisnis Berbasis Syariah*, h.29.

²¹ Jusmaliani, dkk. *Bisnis Berbasis Syariah*, h. 30.

- 1) ketidakjelasan dalam barang yang dijual, baik jenisnya, macamnya, atau kadarnya menurut pandangan pembeli.
- 2) ketidakjelasan harga.
- 3) ketidakjelasan masa (tempo), seperti dalam harga yang diangsur, atau dalam khyiar syarat. Dalam hal ini waktu harus jelas, apabila tidak jelas maka akad menjadi batal.
- 4) ketidakjelasan dalam langkah-langkah penjaminan. Misalnya penjual mensyaratkan diajukannya seorang kafil (penjamin). Dalam hal ini penjamin tersebut harus jelas. Apabila tidak jelas maka akad jual beli menjadi batal.²²

b. Pemaksaan (*Al-Ikrah*)

Pengertian pemaksaan adalah mendorong orang lain (yang dipaksa) untuk melakukan suatu perbuatan yang disukainya. Paksaan ini ada dua macam yakni paksaan absolut yaitu paksaan dengan ancaman yang sangat berat, seperti akan dibunuh atau dipotong anggota badannya. Dan paksaan relatif yaitu paksaan dengan ancaman yang lebih ringan, seperti dipukul. Kedua ancaman tersebut mempunyai pengaruh terhadap jual beli, yakni menjadikannya jual beli yang *fasid* menurut jumhur Hanafiah, dan *mauquf* menurut Zufar.

c. Pembatasan dengan Waktu (*At-Tauqit*)

Yaitu jual beli dengan dibatasi waktunya. Seperti “saya jual baju ini kepadamu untuk selama satu bulan atau satu tahun.” Jual beli semacam ini hukumnya *fasid*, karena kepemilikan atas suatu barang, tidak bisa dibatasi dengan waktunya. Di pasar sentral Pinrang Penulis tidak mendapatkan hal semacam ini karena tidak ada

²² Ahmad wardi muslich, *Fiqh Muamalat*. (Jakarta: Amzah, 2010), h. 191.

pedagang yang memberikan batasan waktu kepada pembeli terhadap barang yang telah dijualnya.

d. Penipuan (*gharar*)

Yang dimaksud disini *gharar* (penipuan) dalam sifat barang. Seperti seseorang menjual sapi dengan pernyataan bahwa sapi itu air susunya sehari sepuluh liter, padahal paling banyak kenyataannya dua liter. Akan tetapi apabila ia menjualnya dengan pernyataan bahwa air susunya lumayan banyak tanpa menyebutkan kadarnya maka termasuk syarat yang *shahih*. Akan tetapi apabila *gharar* (penipuan) pada wujud (adanya) barang maka ini membatalkan jual beli.

e. Kemudharatan (*Adh-Dharar*)

Kemudharatan ini terjadi apabila penyerahan barang yang dijual tidak mungkin dilakukan kecuali dengan memasukkan kemudharatan kepada penjual, dalam barang dalam objek akad. Seperti seseorang (kain 1m, yang tidak bisa dibagi dua.dalam pelaksanaanya terpaksa baju (kain) tersebut dipotong. Walaupun hal itu merugikan penjual.

Dikarenakan kerusakan ini untuk menjaga bukan hak syara' maka *fuqaha* menetapkan, apabila penjual melaksan kemudharatan atas dirinya, dengan cara memotong baju (kain) dan menyerahkan kepada pembeli maka akan berubah menjadi *shahih*.²³

f. Syarat yang Merusak

Yaitu setiap syarat yang ada manfaatnya bagi salah satu pihak yang bertransaksi, tetapi syarat tersebut tidak ada dalam *syara'* dan adat kebiasaan, atau tidak dikehendaki oleh akad, atau tidak selaras dengan tujuan akad seperti seseorang

²³ Ahmad wardi muslich, *Fiqh Muamalat*, h. 192.

menjual mobil dengan syarat ia (penjual) akan menggunakannya selama satu bulan setelah terjadinya akad jual beli, atau seseorang menjual rumah dengan syarat ia (penjual) boleh tinggal dirumah itu selama masa tertentu setelah terjadinya akad jual beli.

syarat yang *fasid* apabila terdapat dalam akad *mu'awadhah maliyah*, seperti jual beli, atau ijarah, akan menyebabkan akadnya *fasid*, tetapi tidak dalam akad-akad yang lain, seperti akad *tabarru'* (hibah dan wasiat) dan akad nikah. Dalam akad-akad ini syarat yang *fasid* tidak berpengaruh sehingga akad sah.

Adapun syarat-syarat khusus yang berlaku untuk beberapa jenis jual beli adalah sebagai berikut.

- 1) Barang harus diterima. Dalam jual beli benda bergerak (*mankulat*) untuk keabsahannya disyaratkan barang harus diterima dari penjual yang pertama, karena sering terjadi barang bergerak sebelum diterima sudah rusak terlebih dahulu, sehingga oleh karenanya dalam penjualan yang kedua terjadi *gharar* (penipuan) sebelum barang diterima. Untuk benda-benda tetap (*aqar*) menurut Abu Hanifah dan Abu Yusuf boleh dijual sebelum barang diterima.²⁴
- 2) Mengetahui harga pertama apabila jual belinya berbentuk *murabahah*, *tauliyah*, *wadi'ah*, atau *israq*.
- 3) Saling menerima (*taqabudh*) penukaran, sebelum berpisah, apabila jual belinya *sharf* (uang).
- 4) Dipenuhi syarat-syarat salam, apabila jual belinya jual beli salam (pesanan).
- 5) Harus sama dalam penukaran, apabila barangnya barang ribawi.

²⁴ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*. (Jakarta: Amzah, 2010), h. 193.

- 6) Harus diterima dalam utang piutang yang ada dalam perjanjian, seperti *muslam fih* dan model salam, dan menjual sesuatu dengan utang kepada selain penjual.

2.2.2.1 Macam-macam Pedagang

- a. 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 diberikan hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen. Contoh dari agen tunggal adalah seperti ATPM atau singkatan dari agen tunggal pemegang merek untuk produk mobil.
- b. Pedagang Menengah/Agen/Grosir Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan atau penjualan/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor. Contoh seperti pedagang grosir beras di pasar induk kramat jati.²⁵
- c. Pedagang Eceran/Pengecer/Peritel Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ketangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran atau eceran. Contoh pedagang eceran seperti alfa, mini market dan indomaret.
- d. Importin/Pengimpor Importir adalah perusahaan yang memiliki fungsi menyalurkan barang dari dalam negara ke negara luar. Contoh seperti import jeruk lokal dari Cina ke Indonesia.
- e. Eksportir/Pengekspor Eksportir adalah perusahaan yang memiliki fungsi menyalurkan barang dari dalam negara ke negara lain. Contoh seperti ekspor produk kerajinan ukiran dan pasir laut ke luar negeri.

²⁵ Namrianah, *Perilaku pedagang kosmetik terhadap pelayanan konsumen di pasar lakessi kota Parepare*, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2019), h. 16.

f. Pedagang Kaki Lima atau disingkat PKL pedagang Kaki Lima atau PKL adalah istilah untuk menyebut penjaja dagangan yang menggunakan gerobak, istilah itu sering ditafsirkan demikian karena jumlah kaki pedaganginya ada lima. Lima kaki tersebut adalah dua kaki pedagang ditambah tiga kaki gerobak yang sebenarnya adalah tiga roda atau dua roda dan satu kaki. Saat ini istilah PKL juga digunakan untuk pedagang di jalanan pada umumnya.

2.2.3 Sayur-mayur Model Bauran

Sayur-mayur adalah berbagai-bagai sayur (seperti kubis, kangkung, bayam) yang merupakan bahan pangan asal tumbuhan yang biasanya mengandung kadar air tinggi dan dikonsumsi dalam keadaan segar atau setelah diolah secara minimal. Model adalah rencana, representasi, atau deskripsi yang menjelaskan suatu objek, sistem atau konsep, yang seringkali berupa penyederhanaan atau idealisasi. Bentuknya dapat berupa model fisik. Dan sedangkan bauran adalah campuran.²⁶

Jadi sayur-mayur model bauran adalah sayur-mayur dengan model atau bentuk campuran dimana campuran yang dimaksud disini adalah campuran kualitas sayuran mulai dari sayur-mayur kualitas yang baik atau yang masih segar dicampur dengan sayur-mayur dengan kualitas yang buruk, cacat atau yang sudah layu. Baik itu disengaja maupun tidak.

2.2.4 Teori Etika Bisnis Islam

2.2.4.1 Pengertian Etika Bisnis Islam

Pengertian etika berasal dari bahasa Yunani “*Ethos*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. 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

²⁶ <https://kbbi.web.id/baur>. Diakses pada pukul 17.00. Pada tanggal 2 februari 2019

satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya.²⁷ Etika merupakan ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, yang baik atau buruk, yang bermanfaat atau tidak bermanfaat.²⁸ 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 menjalankan sistem kemasyarakatannya yang disebut dengan bermuamalah. Dalam bermuamalah ini kemudian secara mikro mengatur tentang perpindahan kepemilikan yang disebut dengan jual beli. Seorang pengusaha muslim tidak akan mencekik konsumen dengan mengambil laba sebanyak-banyaknya.²⁹ Etika bisnis islam mengandung istilah dan pengertiannya masing-masing, yaitu; kata ‘etika’, ‘bisnis’, dan ‘Islam’ itu sendiri. Sebelum menjadi kesatuan makna, “Etika Bisnis Islam”, tentunya perlu diketahui terlebih dahulu masing-masing dari pengertian kata-kata tersebut.³⁰

1) Etika (Akhlak)

Kata “*akhlaq*” berasal dari bahasa Arab yang sudah di indonesiakan; yang juga diartikan dengan dengan istilah perangai atau kesopanan. Secara etimologis (*lughatan*) “Akhlak” adalah budi pekerti, perangai tingkah laku atau tabiat.³¹

²⁷ Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), h. 5.

²⁸ Muhammad & Alimin,, *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : BPFE , 2004), h. 61.

²⁹ Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 36.

³⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)* (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 20.

³¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*, h. 21.

2) Bisnis (Perdagangan)

Kata “Bisnis” dalam bahasa Indonesia diserap dari kata “Business” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit/keuntungan. Pengertian bisnis tujuan pada sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.³² Bisnis juga merupakan pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat.³³

Secara etimologi, *bisnis* berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.³⁴

3) Islam

Kata Islam sebagai ajaran biasanya diidentikkan dengan kata syariat, sebagaimana dalam pemakaian kata ekonomi Islam dan ekonomi Syariah. Secara bahasa Syariat (*al-syari'ah*), berarti sumber air minum (*mawrid al-ma'li al istisqa*) atau jalan lurus (*at-thariq al-mustaqim*). Sedangkan istilah, syariah sepadan dengan makna perundang-undangan yang diturunkan Allah SWT melalui Rasulullah Muhammad Saw untuk seluruh umat manusia baik menyangkut masalah ibadah,

³² Buchari Alma, *Pengantar Bisnis* (Bandung: Alfa Beta, 2012), h. 21.

³³ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta : Kencana, 2013), h. 3.

³⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*, h. 28.

akhlak, makanan, minuman, pakaian maupun muamalah (interaksi sesama manusia dalam berbagai aspek kehidupan) guna meraih kebahagiaan didunia dan akhirat.³⁵

Setelah mengetahui makna atau pengertian satu-persatu dari kata “Etika”, “Bisnis”, dan “Islami” atau juga dikenal sebagai “Syariat”, maka Islam digabungkan makna ketiganya adalah bahwa “ETIKA BISNIS ISLAMI” merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Etika bisnis Islami juga merupakan studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.³⁶

2.2.4.2 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Syeb Nawab Haidar Naqvi, dalam buku “Etika dan Ilmu Ekonomi: suatu sistesis Islami”, memaparkan empat aksioma etika ekonomi yaitu tauhid, keseimbangan, (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab. Prinsip-prinsip ini sangat berhubungan erat dengan nilai-nilai yang dianut dalam kehidupan masyarakat. Namun, secara umum ada lima ketentuan etika bisnis dalam Islam. Berikut beberapa prinsip-prinsip yang dianut dalam etika bisnis Islam, yaitu:

1) Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang

³⁵ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*, h. 34.

³⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*, h. 35.

ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.³⁷

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “Tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah swt.”, dan “tidak ada pemilik langit, bumi dan seisinya, selain daripada Allah swt.” Karena Allah swt pencipta alam dan seisinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu, Allah swt adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka. Karena itu segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumber daya manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah swt. Karena kepada-Nya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.³⁸

Jika konsep tauhid diaplikasikan dalam etika bisnis, seorang pengusaha muslim tidak akan :

- a. Berbuat diskriminatif terhadap pekerja, pemasok, pembeli, atau siapapun dalam bisnis atas dasar ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama.

³⁷ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*, h. 46.

³⁸ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam (Sejarah, konsep, instrumen, negara dan Pasar)*, h. 25.

- b. Dapat dipaksa untuk berbuat tidak etis, karena ia hanya takut dan cinta kepada Allah swt. Ia selalu mengikuti aturan perilaku yang sama dan satu, dimanapun apakah itu di masjid, di tempat kerja atau aspek apapun dalam kehidupannya.
- c. Menimbun kekayaan dengan penuh keserakahan. Konsep amanah atau kepercayaan memiliki makna yang sangat penting baginya karena ia sadar bahwa semua harta dunia bersifat sementara dan harus dipergunakan secara bijaksana.³⁹

2) Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah Saw diutus Allah swt untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi.

Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. (Q.S. al-Isra'17 : 35)

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ٣٥

Terjemahnya:

Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.⁴⁰

³⁹<http://liquenao.blogspot.com/2016/03/normal-0-false-false-false-en-us-x-none.html>
(Diakses pada pukul 20.00 tanggal 29 januari 2019).

⁴⁰Kementrian Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya, (Jakarta: Soenarjo, 1971), h. 429.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt dalam (Q.S Al-Maidah 5: 8)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ءَامِنُوا لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ؕ اَعْدِلُوا ۖ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝٨

Terjemahnya:

Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah swt, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa. Dan bertaqwalah kepada Allah swt, sesungguhnya Allah swt Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.⁴¹

3) Kehendak Bebas (*Free Will*)

Dalam pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahatan yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai Islam.⁴² Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah swt, ia diberikan kemampuan untuk berfikir dan membuat keputusan, untuk memilih 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 maupun tidak etis yang akan ia jalankan.

⁴¹ Kementerian Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya, (Jakarta: Soenarjo, 1971), h. 159.

⁴² Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia (*Ekonomi Islam*) (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), h. 68.

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku manakala tidak ada intervensi bagi pasar dari pihak manapun, tak terkecuali oleh pemerintah. Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan di muka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah swt semata. Oleh karena itu perlu disadari setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya.⁴³ Konsep *free will* ini pada hakikatnya merupakan refleksi dari wewenang yang diberikan oleh Allah swt kepada manusia dalam hubungan perwalian antara Allah swt dan manusia.⁴⁴

4) Tanggungjawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.⁴⁵

5) Kebenaran, kebajikan dan kejujuran

⁴³Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h. 25.

⁴⁴Yadi Janwari, *Pemikiran Ekonomi Islam (Dari masa Rasulullah hingga Masa Kontemporer)* (Bandung : Rosda, 2016), h. 14.

⁴⁵Syed Nawad Haider Naqvi., *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2003), h. 46.

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.⁴⁶

2.2.3.3 Sifat Teladan Rasulullah Saw dalam Berdagang, Mekanisme Pasar dan Perdagangan yang dilarang Rasulullah Saw

Tiga hal yang akan dibahas dalam bagian ini adalah sifat teladan Rasulullah dalam berdagang, mekanisme pasar dan transaksi perdagangan yang dilarang.⁴⁷ Adapun sifat-sifat teladan Rasulullah Saw yang harus diteladani umat Muslim khususnya para pelaku ekonomi dan bisnis adalah sebagai berikut.

1. Sifat-sifat Teladan Rasulullah Saw dalam Berdagang

a. Siddiq

Sifat siddiq (benar, jujur) yang harus menjadi visi hidup setiap Muslim karena hidup kita berasal dari yang Maha Benar, maka kehidupan di dunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta kita, yang Maha Benar. Dengan demikian, tujuan hidup Muslim sudah terumus dengan baik dari konsep siddiq ini, muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis yang efektivitas (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisiensi (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubaziran. Karena kalo mubazir berarti tidak benar).

b. Amanah

⁴⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*, h. 46.

⁴⁷ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, h. 54.

Amanah (tanggung jawab, dapat dipercaya, kredibilitas) menjadi misi hidup setiap Muslim. Karena seorang Muslim hanya dapat menjumpai Sang Maha Benar dalam keadaan ridha dan diridhai, yaitu manakala menepati amanat yang telah dipikulkan kepadanya. Sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu Muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas dan tanggung jawab yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antar anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.⁴⁸

c. **Fathonah**

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektual) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap Muslim. Karena untuk mencapai Sang Maha Benar, seorang Muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi yang berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia adalah akal (intelektualita). Implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdasan, dan pengoptimalan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Jujur, benar, kredibel dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam berekonomi dan bisnis. Para pelaku harus pintar dan cerdik supaya usahanya efektif dan efisien, dan agar tidak menjadi korban penipuan.

⁴⁸ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar)*, h. 27

d. Tabligh

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup Muslim karena setiap Muslim mengemban tanggung jawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap Muslim, apalagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar-pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip-prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentuk opini massa, *open management*, iklim keterbukaan, dan lain-lain.

Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan Nabi dan Rasul. Nabi misalnya mengajarkan bahwa “yang terbaik diantara kamu adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”. Dengan kata lain, bila ingin “menyenangkan Allah”, maka kita harus menyenangkan hati manusia. Prinsip ini kan melahirkan sikap profesional, prestatif, penuh perhatian terhadap pemecahan masalah-masalah manusia, dan terus menerus mengejar hal yang baik sampai menuju kesempurnaan. Hal yang demikian dianggap sebagai cerminan dari penghambaan (ibadah) manusia terhadap penciptanya.

Bila ekonomi Muslim akan menyusun teori dan posisinya, maka hal yang harus menjadi pegangan bahwa semua yang datang dari Allah swt dan Rasul-Nya pasti benar. Bila ada hal-hal yang tidak dapat dipahami oleh manusia dengan akalnya, maka menjadi tugas manusia untuk terus berusaha menemukan kebenaran tersebut dengan cara apapun.⁴⁹

⁴⁹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar)*, h.

2. Mekanisme Pasar dalam Perdagangan

Prinsip dasar yang diletakkan Rasulullah Saw. Adalah berkaitan dengan mekanisme pasar dalam perdagangan, kedua belah pihak dapat saling menjual dan membeli barang secara ikhlas artinya tidak ada campur tangan serta intervensi pihak lain dalam menentukan harga barang.⁵⁰

- a. Dalam konsep perdagangan Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Kesepakatan terjadinya permintaan dan penawaran tersebut, haruslah terjadi secara sukarela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa dalam melakukan transaksi pada tingkat harga tersebut.⁵¹
- b. Mekanisme pasar dalam konsep Islam melarang adanya sistem kerja sama yang tidak jujur (*kong kalikong*). Islam tidak menghendaki adanya koalisi antara konsumen dan produsen, meskipun tidak mengesampingkan adanya konsentrasi produksi, selama terjadinya konsentrasi itu dilakukan dengan cara-cara yang jujur serta tidak melanggar prinsip kebebasan dan kerja sama.
- c. Bila pasar dalam keadaan tidak sehat, dimana telah terjadi tindak kezaliman seperti adanya kasus penipuan, penimbunan, atau perusakan pasokan dengan tujuan menaikkan harga, maka menurut Ibnu Taimiyyah (Hamdani 2003) pemerintah wajib melakukan regulasi harga pada tingkat yang adil antara produsen dan konsumen tanpa ada pihak yang dirugikan atau dieksploitasi oleh pihak lain.⁵²

⁵⁰ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*. h. 55.

⁵¹ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*. h. 56.

⁵² Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*. h. 57.

3. Transaksi perdagangan yang dilarang

Perdagangan yang Islami adalah perdagangan yang dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang bersumber dari nilai-nilai dasar agama yang menjunjung tinggi tentang kejujuran dan keadilan. Ada berbagai transaksi perdagangan yang dilarang oleh Rasulullah saw dalam keadaan pasar normal (Hamdana, 2003; Izomiddin, 2005) diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. *Tallaki rukban*, yaitu mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai dipasar. Rasulullah melarang praktik perdagangan seperti ini dengan tujuan untuk menghindari ketidaktahuan penjual dari daerah pedesaan akan harga barang yang berlaku di kota. Rasulullah memerintahkan *suplay* barang hendaknya dibawa langsung kepasar sehingga penjual dan pembeli dapat mengambil manfaat dari adanya harga yang alamiah.⁵³
- b. Perdagangan yang menipu, Islam sangat melarang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam sangat menuntut suatu perdagangan yang dilakukan secara jujur dan amanah. Termasuk dalam kategori menipu dalam perdagangan adalah:
 - 1) *Gisyah*, yaitu menyembunyikan cacat barang dijual. Dapat pula dikategorikan sebagai *gisyah* mencampurkan barang-barang yang berkualitas baik, sehingga pembeli akan mengalami kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas dari suatu barang yang diperdagangkan. Dengan demikian, penjual akan mendapatkan harga yang tinggi untuk kualitas barang yang jelek.
 - 2) *Tathfif*, yaitu tindakan pedagang mengurangi timbangan dan takaran suatu barang yang dijual.⁵⁴

⁵³ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*. h. 59.

⁵⁴ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*. h. 60.

- c. Perdagangan *najasy*, yaitu praktik perdagangan dimana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar tinggi harga barang dagangan serta memuji-muji kualitas barang tersebut secara tidak wajar, tujuannya adalah untuk menaikkan harga barang.
- d. Memperdagangkan barang haram, yaitu memperjualbelikan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh alQuran, seperti daging babi, darah, minuman keras, dan bangkai.
- e. Perdagangan secara riba, yaitu pengambilan tambahan dalam transaksi jual beli ataupun pinjam-meminjam yang berlangsung secara zalim dan bertentangan dengan prinsip *mu'amalah* secara Islami.⁵⁵

2.3 Tinjauan Konseptual

Sebagai alur pikir penelitian ini, Penulis akan jelaskan pengertian dari judul yang diteliti, yaitu Perilaku Pedagang sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam).

- 2.3.1 Perilaku dalam Kamus besar bahasa Indonesia, kata perilaku berarti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan dan lingkungan.⁵⁶ Dalam agama perilaku yang baik adalah perilaku yang sesuai dengan tujuan penciptaan manusia ke dunia yaitu untuk menghambakan diri kepada Tuhannya. Panduan tentang bagaimana perilaku seorang itu diukur dan dinilai telah dipaparkan oleh Al-Qur'an. Maka orang-orang beriman, standar dan ukuran perilaku mereka hendaknya selalu diselaraskan dengan perilaku Rasulullah Saw. Al-Qur'an senantiasa menyuruh orang-orang yang beriman untuk meniru dan

⁵⁵ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*. h. 61.

⁵⁶Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Edisi Keempat)*(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2008), h. 1056.

mengikuti jejak yang dilakukan Rasulullah Saw dalam setiap perilaku mereka.⁵⁷

2.3.2 Pedagang Dalam Kamus besar bahasa Indonesia, pedagang merupakan orang yang kerjanya berdagang.⁵⁸ Qaradhawi menegaskan bahwa sah dan tidaknya transaksi perdagangan tergantung jujur dan tidaknya usaha perdagangan itu dilakukan. Melalui kejujuran, kepercayaan dapat dibangun diantara para pelakunya. Pedagang yang tidak jujur dalam usaha perdagangannya adalah pedagang yang lalai dari ketaatannya kepada Alla swt dan ia sendiri dalam hal ini dilalaikan oleh usaha perdagangan itu sendiri.⁵⁹

2.3.3 Sayur-mayur model bauran adalah sayur-mayur dengan model atau bentuk campuran dimana campuran yang dimaksud disini adalah campuran kualitas sayuran mulai dari sayuran kualitas yang baik atau yang masih segar dicampur dengan sayuran dengan kualitas yang buruk, cacat atau yang sudah layu. Baik itu disengaja maupun tidak.

2.3.4 Etika Bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepengtingan dengan tuntutan perusahaan.⁶⁰

Jadi perilaku pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang analisis etika bisnis Islam merupakan jual beli sayur-mayur dengan model bauran dimana pedagang

⁵⁷ Mustaq Ahmad.. *Etika Bisnis Islam*, h. 43.

⁵⁸ Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Edisi Keempat)*(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2008), h. 285.

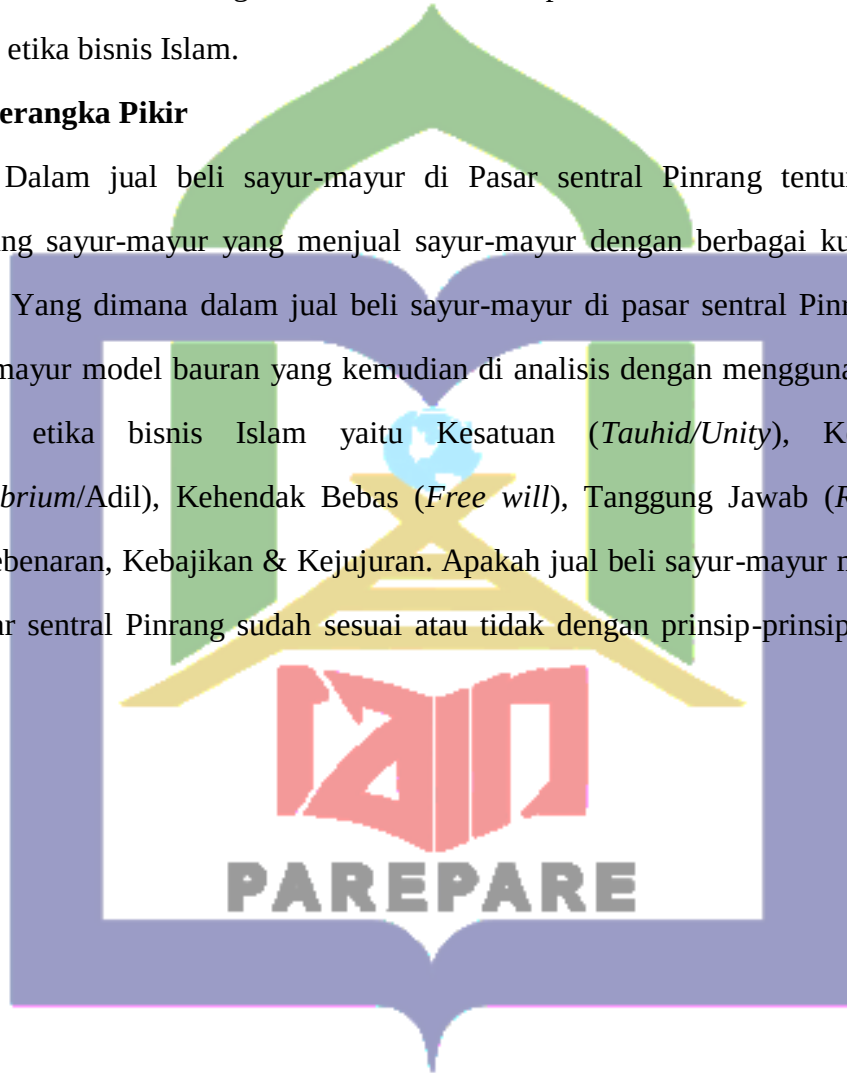
⁵⁹ Jusmaliani, dkk. *Bisnis Berbasis Syariah*, h. 28.

⁶⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*, h. 35.

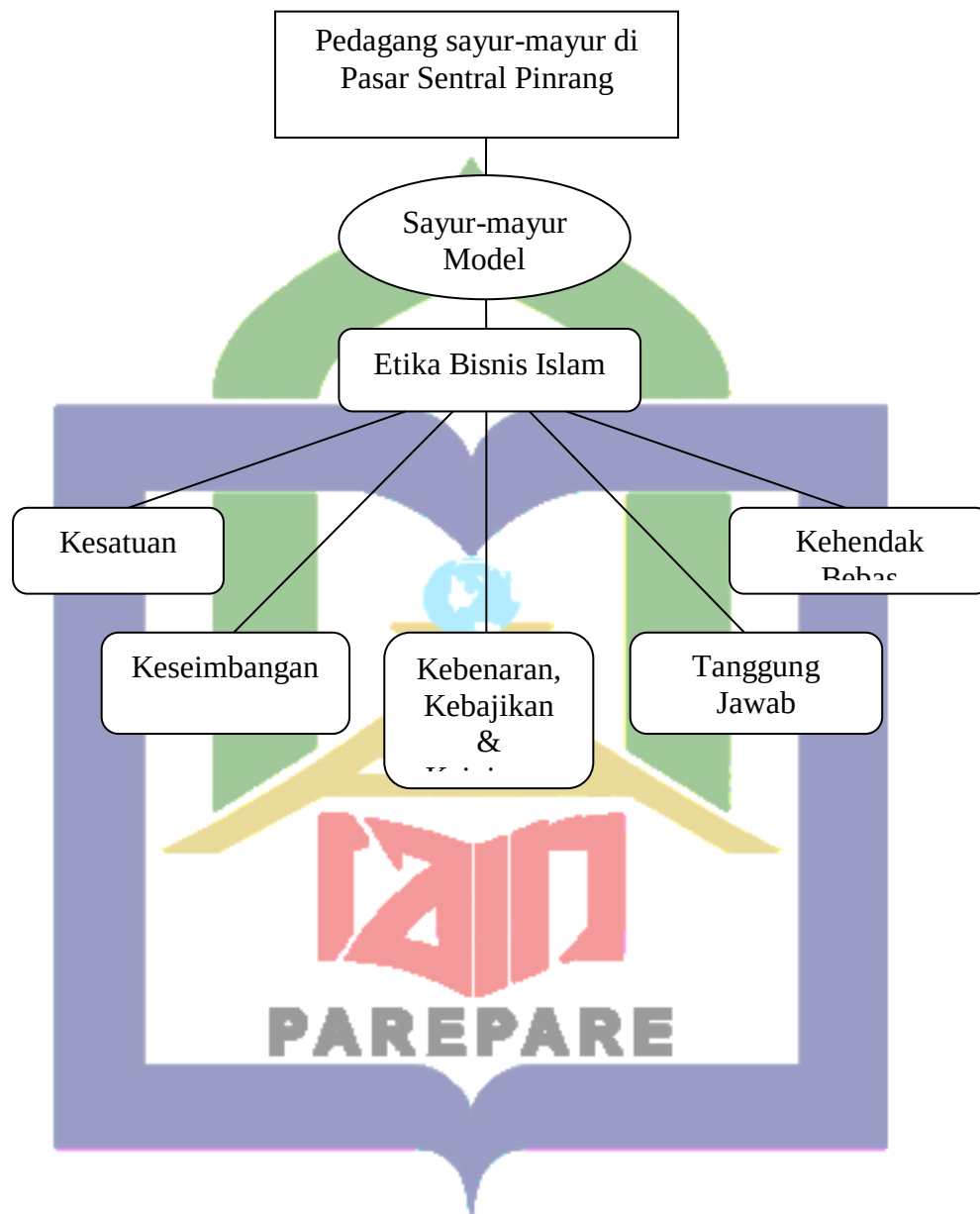
menjual sayur-mayur dengan mencampur kualitas sayur-mayur mulai dari kualitas yang baik atau yang masih segar hingga kualitas yang buruk, cacat, atau layu, disatukan dan dijual dengan harga yang sama. Baik itu disengaja maupun tidak. Kemudian dianalisis dengan etika bisnis Islam apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

2.4 Kerangka Pikir

Dalam jual beli sayur-mayur di Pasar sentral Pinrang tentunya terdapat pedagang sayur-mayur yang menjual sayur-mayur dengan berbagai kualitas sayur-mayur. Yang dimana dalam jual beli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang terdapat sayur-mayur model bauran yang kemudian di analisis dengan menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu Kesatuan (*Tauhid/Unity*), Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*), Kehendak Bebas (*Free will*), Tanggung Jawab (*Responsibility*), dan Kebenaran, Kebajikan & Kejujuran. Apakah jual beli sayur-mayur model bauran di pasar sentral Pinrang sudah sesuai atau tidak dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.



2.5 Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode-metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini meliputi beberapa hal yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data. Untuk lebih mengetahui metode penelitian dari penelitian ini, maka diuraikan sebagai berikut⁶¹ :

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Dengan melakukan pendekatan deskriptif kualitatif yang didapatkan langsung dari pedagang yang menjalankan aktivitasnya sebagai pedagang sayur-mayur di Pasar sentral Pinrang. Data yang didapatkan disini sangat dibutuhkan untuk menganalisis etika berbisnis para pedagang sayur-mayur jika ditinjau berdasarkan etika bisnis Islam. Namun tidak bisa terlepas juga dari penelitian kepustakaan (*library research*) karena dapat menjadi rujukan untuk mencari literatur-literatur dalam mengumpulkan data yang berbicara tentang etika bisnis Islam dan hal-hal lain yang berkaitan dengannya.⁶²

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh peneliti yakni lokasi yang menjadi sasaran penelitian. Yaitu berada di Pasar Sentral Pinrang yang terletak di jalan A.Makkasau, Kelurahan Penrang, Kecamatan

⁶¹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi. (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 34.

⁶² Mardalis, *Metode Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*, (Cet. VII: Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 26.

Watang Sawitto, Kabupaten Pinrang. Pasar Sentral Pinrang beroperasi setiap hari mulai pukul 05.00 AM-05.00 PM. Adapun visi & misi dari pasar sentral Pinrang adalah sebagai berikut.

3.2.1 Visi dan Misi Pasar Sentral Pinrang

Visi:

Terwujudnya Pasar Sentral Pinrang yang bersih, sehat, nyaman, dan sejahtera.

Misi:

1. Meningkatkan pelayanan serta mengoptimalkan kegiatan pemberdayaan pedagang dengan kebijakan pemberian kredit usaha rakyat sehingga kesejahteraan masyarakat pedagang meningkat.
2. Mengupayakan terwujudnya basis data Pasar yang simple, akurat, realis dan terpercaya dengan mengoptimalkan pelayanan secara prima kepada semua pengguna Pasar serta menyediakan sarana dan prasarana, menuju Pasar yang bersih, sehat dan nyaman.

Adapun penelitian akan berlangsung selama satu bulan.

3.2.2 Data Pedagang di Pasar Sentral Pinrang

Tabel 1.1 Data Gardu/kios/Lods/dan Pelataran

Gardu Lantai 1	Gardu Lantai 2	Kios	Lods Ikan	Pelataran Tertutup	Pelataran Terbuka
156 Petak	152 Petak	140 Petak	132 Petak	175 Petak	626 Petak

Sumber : Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pasar Sentral Pinrang.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus pada perilaku pedagang sayur-mayur beserta sayur-mayur model bauran di pasar sentral Pinrang. Dimana studi ini membahas tentang perilaku pedagang sayur-mayur berdasarkan tinjauan etika bisnis dan prinsip etika bisnis Islam.

3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan

Sumber data adalah semua keterangan yang diperoleh dari responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder⁶³.

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari pihak responden dan informasi melalui wawancara serta observasi secara langsung dilapangan. Responden adalah orang yang dikategorikan sebagai sampel dalam penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan peneliti. Data primer ialah data yang diperoleh langsung dengan melakukan observasi dan wawancara pada pedagang sayur dan pembeli sayur di pasar sentral Pinrang.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang dapat diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Atau dalam hal ini data sekunder yang dimaksud adalah dokumentasi-dokumentasi yang diharapkan dapat member informasi pelengkap dalam penelitian. Data sekunder yang dapat diperoleh antara lain :

1. Buku-buku yang terkait tentang perilaku pedagang

⁶³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi. (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 34.

2. Buku-buku tentang etika bisnis dan etika bisnis Islam
3. Kepustakaan, internet, serta artikel yang terkait dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penyusunan proposal skripsi ini antara lain⁶⁴ :

3.5.1. Metode observasi

Langsung yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat semua fenomena yang terjadi. Pengamatan akan fenomena itu dikhususkan kepada masalah tentang bagaimana analisis etika bisnis Islam terhadap sayur-mayur model bauran pada perilaku pedagang sayur-mayur di pasar sentral pinrang.

3.5.2 Metode wawancara

Yaitu mendapatkan keterangan dengan cara bertemu langsung dan melakukan tanya jawab antara penanya dengan responden (pedagang dan pembeli) guna mendapatkan keterangan-keterangan yang berguna untuk tujuan penelitian.

3.5.3 Dokumentasi

Merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen penting yang diperlukan untuk penelitian, seperti catatan, data arsip, serta catatan lain yang berkaitan dengan objek penelitian di lapangan.

3.6. Teknik Analisis Data

Pekerjaan analisis data merupakan usaha untuk memberikan interpretasi terhadap data yang telah diperoleh dan disusun untuk mendapatkan kesimpulan yang

⁶⁴ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi. (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 34.

valid. Dalam pengelolaan ini penulis menempuh beberapa cara yang dapat digunakan dalam menganalisa data yang telah diperoleh diantaranya sebagai berikut :

3.6.1 Analisis Induktif

Analisis induktif adalah suatu proses yang dapat digunakan untuk menganalisis data berdasarkan pada atau pendapat yang sifatnya khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.⁶⁵

3.6.2 Analisis Deduktif

Dalam menganalisis data yang menggunakan analisis deduktif yaitu cara berfikir dengan cara menganalisis data-data yang bersifat umum yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi beserta dokumentasi, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan mengeneralisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data tertentu yang berindikasi sama dengan fenomena yang bersangkutan. Dalam memproses data dengan cara mengumpulkan semua semua data yang didapatkan dari kegiatan observasi dan wawancara dilapangan, setelah itu kemudian data akan dibaca dan diamati secara mendalam dan analisis data dapat dilakukan ketika peneliti menemukan data dilapangan data tersebut kemudian dianalisa sesuai dengan rumusan masalah.

⁶⁵ Mardania, *Analisis Etika Bisnis Islam terhadap unsur Tadlis pada Pedagang Buah (Studi di Desa Mirring Kab.Polewali Mandar)*, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2016), h. 40.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Transaksi jual beli sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang

Muamalah adalah sebuah hubungan manusia dalam interaksi sosial sesuai syariat, karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Dalam hubungan manusia lainnya, manusia dibatasi oleh syariat tersebut, yang terdiri dari hak dan kewajiban. Hal ini pun yang terjadi dikalangan masyarakat di sekitar Pasar sentral Pinrang, dimana dalam melakukan transaksi jual beli sayur-mayur harus menerapkan syarat sah dalam jual beli.

4.1.1 Ketidakjelasan (*Al-Jahalah*)

Yang dimaksud disini adalah ketidakjelasan yang serius yang mendatangkan perselisihan yang sulit untuk diselesaikan. Seperti ketidakjelasan dalam barang yang dijual, ketidakjelasan harga, ketidakjelasan masa (tempo), dan ketidakjelasan dalam langkah-langkah penjaminan. Dalam jual beli segala sesuatunya harus jelas mulai dari barang yang dijual, akadnya serta subjeknya semuanya harus jelas.⁶⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan nindong salah satu pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“kualitas sayur-mayur saya jual disini sudah jelas kualitasnya karena saya membedakan sayur-mayur mayur yang saya jual sesuai dengan kualitasnya seperti cabai merah besar, cabai keriting, tomat dan lainnya dan menjualnya dengan harga yang berbeda jadi pembeli tidak perlu khawatir lagi terhadap kualitas dagangan saya”.⁶⁷

Jadi pedagang tersebut telah berusaha melakukan yang terbaik dalam transaksi jual beli sehingga sayur-mayur yang dijualnya kualitasnya sudah tidak diragukan lagi.

⁶⁶ Ahmad wardi muslich, *Fiqh Muamalat*, h. 191

⁶⁷ Nindong, Pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

Hal tersebut membuktikan kejelasan dari barang yang dijual, hal ini tentunya sesuai dengan salah satu syarat sah dalam jual beli yaitu ketidakjelasan (*Al-Jahalah*) yang dimana kejelasan terhadap barang yang dijual sudah terpenuhi.

Namun tidak menutup kemungkinan masih ada beberapa pedagang yang kurang memperhatikan kejelasan dalam transaksi jual beli. Namun menurut salah pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa kejelasan transaksi jual beli sayur-mayur pada pedagang sayur-mayur di pasar sentral pinrang sudah jelas baik itu meliputi objeknya, subjeknya serta akadnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Erna salah satu pembeli di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“saya rasa kejelasan yang meliputi barang yang dijual, akad serta subjeknya sudah jelas pada pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang”.⁶⁸

Hal tersebut menunjukkan kepuasan pada konsumen karena kejelasan dari transaksi jual beli yang telah dilakukan oleh pembeli dan pedagang. Hal ini tentunya sejalan dengan salah satu syarat sah jual beli yakni ketidakjelasan (*Al-Jahalah*) yang dimana kejelasan dalam bertransaksi sudah jelas.

4.1.2 Pemaksaan (*Al-Ikrah*)

Pengertian pemaksaan adalah mendorong orang lain (yang dipaksa) untuk melakukan suatu perbuatan yang tidak disukainya. Paksaan ini ada dua macam yakni paksaan absolut yaitu paksaan dengan ancaman yang sangat berat, seperti akan dibunuh atau dipotong anggota badannya. Dan paksaan relatif yaitu paksaan dengan ancaman yang lebih ringan, seperti dipukul. Kedua ancaman tersebut mempunyai

⁶⁸ Erna, Pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

pengaruh terhadap jual beli, yakni menjadikannya jual beli yang *fasid* menurut jumhur Hanafiah, dan *mauquf* menurut Zufar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sannati salah satu pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“kami tidak pernah memaksa pembeli untuk membeli sayur-mayur kami, walaupun mereka datang hanya untuk melihat-lihat saja tanpa membeli sayur-mayur kami, kami tidak mempermasalahkan hal tersebut”.⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada unsur paksaan dalam jual beli sayur-mayur yang dilakukan oleh pedagang sayur-mayur kepada pembeli di pasar sentral pinrang. Hal ini selaras dengan yang dikatakan oleh salah satu pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pahima salah satu pembeli di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“saya membeli sayur-mayur disini tanpa paksaan dari pihak manapun saya membeli atas kehendak sendiri. Saya tidak pernah mendapat paksaan dari pedagang disini mereka semuanya ramah dan baik dalam melayani pedagang.”⁷⁰

Hal tersebut membuktikan bahwa tidak adanya unsur paksaan (*Al-Ikrah*) dalam transaksi jual beli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang.

4.1.3 Pembatasan dengan Waktu (*At-Tauqit*)

Yaitu jual beli dengan dibatasi waktunya. Seperti “saya jual baju ini kepadamu untuk selama satu bulan atau satu tahun.” Jual beli semacam ini hukumnya

⁶⁹ Sannati, Pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

⁷⁰ Pahima, Pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

fasid, karena kepemilikan atas suatu barang, tidak bisa dibatasi dengan waktunya. Di pasar sentral Pinrang Penulis tidak menemukan hal semacam ini karena tidak ada pedagang sayur-mayur yang memberikan batasan waktu kepada pembeli terhadap barang yang telah dijualnya.

4.1.4 Penipuan (*gharar*)

Yang dimaksud disini *gharar* (penipuan) dalam sifat barang. Seperti seseorang menjual sapi dengan pernyataan bahwa sapi itu air susunya sehari sepuluh liter, padahal paling banyak kenyataannya dua liter. Akan tetapi apabila ia menjualnya dengan pernyataan bahwa air susunya lumayan banyak tanpa menyebutkan kadarnya maka termasuk syarat yang *shahih*. Akan tetapi apabila *gharar* (penipuan) pada wujud (adanya) barang maka ini membatalkan jual beli. Dalam agama Islam penipuan dalam bentuk apapun dilarang dapat merugikan salah satu pihak. Dan juga menimbulkan Kezhaliman.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nursia salah satu pedagang di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“sayur yang kami jual kualitasnya baik dan segar karena kami mengambilnya langsung dari petani di daerah kami jadi pembeli tidak perlu khawatir terhadap sayur-mayur yang kami jual, kami memilih yang terbaik untuk pelanggan kami.”⁷¹

Jadi pedagang menyatakan bahwa sayur-mayur yang dijualnya adalah sayur-mayur kualitas baik dan segar namun hal ini tidak sejalan dengan apa yang dikatakan oleh salah satu pembeli.

⁷¹ Nursia, Pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Vina salah satu pembeli di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“Saya pernah mendapatkan sayur-mayur model bauran (campuran) walaupun pedagang sudah mengatakan sayur-mayur yang ia jual kualitasnya baik namun saya masih mendapatkan hal yang seperti ini.”⁷²

Jadi hal dikatakan pedagang tidak sejalan dengan apa yang dikatakan oleh pembeli, bahwasannya masih ada unsur penipuan dalam jual sayur-mayur di pasar sentral Pinrang. Hal ini tentunya merugikan salah satu pihak yaitu pembeli.

4.1.5 Kemudharatan (*Adh-Dharar*)

Kemudharatan ini terjadi apabila penyerahan barang yang dijual tidak mungkin dilakukan kecuali dengan memasukkan kemudharatan kepada penjual, dalam barang dalam objek akad. Seperti seseorang (kain 1m, yang tidak bisa dibagi dua.dalam pelaksanaanya terpaksa baju (kain) tersebut dipotong. Walaupun hal itu merugikan penjual.⁷³

Dikarenakan kerusakan ini untuk menjaga bukan hak syara’ maka *fuqaha* menetapkan, apabila penjual melaksan kemudharatan atas dirinya, dengan cara memotong baju (kain) dan menyerahkan kepada pembeli maka akan berubah menjadi *shahih*. Jadi kemudharatan yang dimaksud disini adalah bukan hanya kemudharatan yang kita berikan kepada orang lain tetapi kemudharatan terhadap diri sendiri apabila kita melakukan sesuatu yang merugikan diri kita sendiri seperti menjual sesuatu bukannya mendapatkan keuntungan justru sebaliknya merugikan usaha sendiri. Keuntungan yang diperoleh dari pedagang sayur-mayur yang menanam sendiri sayur-

⁷² Vina, Pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

⁷³ Ahmad wardi muslich, *Fiqh Muamalat*, h. 192.

mayurnya lalu menjualnya sendiri lebih banyak dibandingkan dengan pedagang yang membeli sayur-mayur kepada pemasok lalu menjualnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nursia salah satu pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“Kami tidak pernah mendapatkan pembeli yang menawar harga terlalu murah, dan biasanya juga ada yang tidak menawar karena sayur-mayur merupakan bahan makanan yang terbilang cukup murah jadi kami juga tidak menjualnya dengan harga yang tinggi pula.”⁷⁴

Hal ini tentunya tidak memberikan efek kemudharatan kepada pedagang karena pedagang tidak merugi melainkan mendapat keuntungan. Walaupun keuntungan yang didapatkan tidak seberapa namun pedagang tersebut setidaknya tidak merugi atau mendatangkan kemudharatan bagi dirinya sendiri.

4.1.6 Syarat yang Merusak

Yaitu setiap syarat yang ada manfaatnya bagi salah satu pihak yang bertransaksi, tetapi syarat tersebut tidak ada dalam *syara'* dan adat kebiasaan, atau tidak dikehendaki oleh akad, atau tidak selaras dengan tujuan akad seperti seseorang menjual mobil dengan syarat ia (penjual) akan menggunakannya selama satu bulan setelah terjadinya akad jual beli, atau seseorang menjual rumah dengan syarat ia (penjual) boleh tinggal di rumah itu selama masa tertentu setelah terjadinya akad jual beli. Yang dimaksud disini ialah ketika ada syarat yang merusak dalam akad transaksi dalam jual beli ada hal yang terjadi diluar dari kesepakatan bersama.⁷⁵

⁷⁴ Nursia, Pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

⁷⁵ Ahmad wardi muslich, *Fiqh Muamalat*, h. 193.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pahima salah satu pedagang di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“Saya pernah mendapatkan sayur-mayur yaitu cabe rawit dan cabai merah besar yang saya beli di pasar sentral Pinrang, ketika masih di pasar pedagang mengatakan bahwa sayur-mayurnya masih segar dan kualitasnya baik serta yang saya lihat juga begitu, akan tetapi setelah tiba di rumah Saya melihat kualitas dari sayur-mayur tersebut bercampur (model bauran) ada yang baik dan ada pula yang buruk, hal ini tentunya merugikan Saya.”⁷⁶

Hal ini tentunya tidak sesuai dengan kesepakatan dan merusak syarat akad karena tidak sesuai dengan apa yang dikatakan pedagang dan hal ini tentunya merugikan pembeli. Karena syarat utama dalam transaksi jual beli ialah suka sama suka saling ikhlas dan meridhoi satu sama lain dan tentunya tidak ada pihak yang dirugikan.

4.2 Penerapan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang

Etika merupakan ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, yang baik atau buruk, yang bermanfaat atau tidak bermanfaat.⁷⁷ 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 menjalankan sistem kemasyarakatannya yang disebut dengan bermuamalah. Dalam bermuamalah ini kemudian secara mikro mengatur tentang

⁷⁶ Pahima, Pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

⁷⁷ Muhammad & Alimin,, *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : BPFE , 2004), h. 61.

perpindahan kepemilikan yang disebut dengan jual beli. Seorang pengusaha muslim tidak akan mencekik konsumen dengan mengambil laba sebanyak-banyaknya.⁷⁸

Penerapan etika bisnis Islam oleh pedagang sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang haruslah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam agar terciptanya kesejahteraan di dunia maupun diakhirat. Prinsip-prinsip tersebut ialah prinsip Tauhid (kesatuan/*Unity*), prinsip keseimbangan (*equilibrium*/adil), prinsip kehendak bebas (*free will*), prinsip tanggung jawab (*responsibility*) dan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran.

4.2.1 Prinsip Kesatuan (Tauhid/*Unity*)

Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.⁷⁹

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “Tiada sesuatupun yang layak disembah selain Allah swt.”, dan “tidak ada pemilik langit, bumi dan seisinya, selain daripada Allah swt.” Karena Allah swt pencipta alam dan seisinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik

⁷⁸ Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 36.

⁷⁹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*, h. 46.

manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu, Allah swt adalah pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk “memiliki” untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka. Karena itu segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumber daya manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah swt. Karena kepada-Nya manusia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Hj. Jumaisah salah satu pedagang sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“Dalam menjual sayur-mayur kami bersaing secara sehat kami tidak pernah menghasut pembeli atau menjelek-jelekkan pedagang lain agar sayur-mayur kami lebih laku dibanding pedagang yang lain karena kami tahu bahwa rezeki itu tidak akan tertukar dan setiap orang memiliki rezekinya masing-masing.”⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa pedagang sayur-mayur di Pasar sentral Pinrang bersaing secara sehat, mereka tidak hanya memikirkan diri mereka sendiri dan tidak hanya mencari keuntungan untuk duniawi saja, mereka juga menjual semata-mata karena Allah swt bukan hanya mencari keuntungan semata-mata untuk duniawi saja. Hal ini menunjukkan sikap dan ketauhidan para pedagang sayur-mayur di pasar di Pasar sentral Pinrang. Selain itu ketika adzan dhuzur dikumandangkan semua pedagang sayur-mayur menyempatkan shalat. Hal ini tentunya selaras dengan prinsip Kesatuan (Tauhid/*Unity*) yang dimana kita harus

⁸⁰ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam (Sejarah, konsep, instrumen, negara dan Pasar)*, h. 25.

⁸¹ Hj. Jumaisah, *Pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang*, 25 November 2019.

mengerjakan segala sesuatu karena Allah swt sehingga kita mendapatkan manfaat di dunia maupun diakhirat.

4.2.2 Prinsip Keseimbangan (*Equilibrium/Adil*)

Islam sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah Saw diutus Allah swt untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi.

Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Adapun yang dimaksud seimbang/adil dalam transaksi jual beli sayur-mayur adalah tidak ada unsur penipuan, paksaan ataupun berbuat dzholim antara pedagang sayur-mayur dan pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sannati dari salah satu pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“kami melayani/memperlakukan pembeli disini dengan baik, tanpa membedakankannya, tanpa memandang agama, umur, dan pekerjaan. Kami memandang setiap pembeli atau pelanggan itu sama harus diperlakukan dengan baik”⁸²

Jadi pedagang sayur-mayur di pasar sentral pinrang memperlakukan pembeli atau konsumen secara adil tanpa memandang kasta dari sipembeli. Namun selain hal itu ada beberapa pedagang yang lalai terhadap kualitas sayur-mayur yang dijualnya seperti yang dikatakan salah satu narasumber yang merupakan pembeli di pasar sentral Pinrang.

⁸² Sannati, Pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mariani salah satu pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“Saya pernah mendapati cabai dan tomat yang saya beli kualitasnya kurang baik waktu saya lihat di pasar cabai dan tomat yang diperlihatkan pedagang kualitasnya baik namun setelah sampai di rumah saya membuka kantong plastiknya ternyata ada beberapa cabai dan tomat dengan kualitas yang kurang baik bercampur dengan cabai dan tomat yang kualitasnya baik (model bauran) dan dijual dengan harga yang sama”.⁸³

Jadi masih ada beberapa pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang yang lalai terhadap kualitas sayur-mayur yang dijualnya sehingga merugikan pembeli, hal ini tentunya bertentangan dengan prinsip keseimbangan (Equilibrium/adil) dalam etika bisnis Islam yang dimana dalam jual beli tidak ada pihak yang dirugikan atau didzholimi.

4.2.3 Kehendak bebas (*free will*)

Dalam pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahatan yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai Islam.⁸⁴ Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah swt semata. Oleh karena itu perlu disadari setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang

⁸³ Mariani, Pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

⁸⁴ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia (*Ekonomi Islam*) (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), h. 68.

didasarkan pada ketentuan-ketentuan Tuhan dalam syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya.⁸⁵ Konsep *free will* ini pada hakikatnya merupakan refleksi dari wewenang yang diberikan oleh Allah swt kepada manusia dalam hubungan perwalian antara Allah swt dan manusia.⁸⁶ Kebebasan manusia dalam berdagang memiliki batas dan memiliki aturan sesuai yang syariat islam yang dimana segala sesuatu dilakukan harus dipertanggungjawabkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Banca salah satu pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“Sayur-mayur sisa kemarin atau yang tidak laku kemarin kami membuangnya dan tidak menjualnya lagi pada esok harinya, kami menggantikannya dengan yang baru yang masih segar yang kami ambil langsung dari petani.”⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis melihat bahwa dalam menjual sayur-mayur pedagang tidak hanya menjual dengan kehendak bebas tanpa batas mereka juga tetap memperhatikan tanggung jawab sebagai seorang pedagang. Namun hal ini bertolak belakang dengan yang dikatakan dengan salah satu pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Vina salah satu pembeli di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“Terkadang Saya menemukan pedagang yang mengatakan bahwa sayur-mayurnya masih segar dan baru namun yang saya dapatkan justru berbeda sayur-mayurnya justru layu.”⁸⁸

⁸⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h. 25.

⁸⁶ Yadi Janwari, *Pemikiran Ekonomi Islam (Dari masa Rasulullah hingga Masa Kontemporer)* (Bandung : Rosda, 2016), h. 14.

⁸⁷ Banca, Pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

⁸⁸ Vina, Pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

Hal ini tentunya bertentangan dengan prinsip kehendak bebas karena pedagang membohongi pembeli, pedagang tidak bertanggung jawab atas apa yang dilakukannya, dan berbuat semaunya. Berdasarkan hasil wawancara diatas penulis menyimpulkan masih ada beberapa pedagang yang tidak menerapkan prinsip kehendak bebas dalam berdagang.

4.2.4 Prinsip tanggung jawab (*responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.⁸⁹ Para pedagang sayur mayur di pasar sentral Pinrang mengartikan prinsip tanggung jawab adalah ketika pedagang dapat mempertanggungjawabkan segala aktivitas yang dilakukannya. Seperti bertanggung jawab terhadap sayur-mayur yang kualitasnya yang buruk dengan menggantikannya dengan kualitas yang baik. Pertanggungjawaban yang dilakukan para pedagang untuk menjaga kepercayaan pembeli agar tetap menjadi pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nursia salah satu pedagang sayur-mayur di Pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“biasanya kami mempersilahkan pembeli untuk memilih cabai atau tomat yang akan dibelinya sesuai dengan yang mereka inginkan walaupun mereka

⁸⁹Syed Nawad Haider Naqvi., *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2003), h. 46.

menemukan cabai atau tomat dengan kualitas yang kurang baik kami akan menggantikannya dengan yang baik”⁹⁰

Jadi pedagang sayur-mayur di pasar sentral pinrang merasa bertanggung jawab atas sayur-mayur yang dijualnya, apabila pembeli menemukan sayur-mayur dengan kualitas yang buruk maka pedagang akan menggantikannya dengan sayur-mayur kualitas yang baik. Ini merupakan bentuk tanggung jawab pedagang sayur-mayur kepada pembeli. Walaupun terkadang ada pembeli yang menemukan sayur-mayur model bauran namun tidak komplein karena merasa tidak enak atau tidak ingin berdebat atau membuat keributan jadi mereka hanya pasrah menerima keadaan seperti itu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aulia salah satu pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“Saya pernah mendapatkan sayur-mayur dengan kualitas campuran (sayur-mayur model bauran) namun saya tidak komplain karena saya tidak ingin membuat keributan jadi saya hanya bisa pasrah menerima sayur-mayur yang seperti ini karena yah sudah terlanjur.”

Jadi berdasarkan hasil wawancara tersebut pedagang hanya bertanggung jawab kepada pembeli yang komplain terhadap kualitas sayur-mayurnya dan menggantikannya hanya kepada pembeli yang komplain selebihnya tidak. Jadi dapat disimpulkan bahwasannya pedagang disini belum sepenuhnya bertanggung jawab karena masih kurang memperhatikan kualitas sayur-mayur yang dijualnya.

4.2.5 Prinsip Kebenaran, Kebajikan dan Kejujuran

⁹⁰ Aulia, Pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.⁹¹

Dalam hal ini kejujuran merupakan sifat yang harus dimiliki oleh setiap muslim karena kejujuran adalah sifat yang disenangi oleh Allah swt. Lawan dari sifat jujur adalah menipu (curang) yaitu dengan menonjolkan barang yang bagus untuk diperlihatkan kepada pembeli dan menyembunyikan cacatnya, hal ini sering terjadi pada pedagang yang biasa menawarkan barang dagangannya kepada pembeli agar barang dagangannya diminati pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nindong salah satu pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“kalau kebanyakan pedagang menjual sayur-mayur dengan mencampur kualitas sayur-mayurnya dan menjualnya dengan harga yang sama tetapi saya tidak, saya membedakan kualitas sayur-mayur yang saya jual lalu menjualnya dengan harga yang berbeda, seperti misalnya cabai merah besar saya memisahkannya berdasarkan kualitasnya, yang kurang baik atau ada cacatnya saya menjualnya dengan harga yang lebih murah lalu kalau cabai dengan kualitas yang baik saya menjualnya sesuai dengan harga cabai biasanya”.⁹²

Para pedagang yang menjual sayur-mayur dengan membedakan kualitas sayur-mayur dan harganya tentunya sangat membantu untuk para pembeli dengan tingkat ekonomi yang rendah agar tetap bisa membeli sayur-mayur dengan harga

⁹¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)* (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 46.

⁹² Nindong, Pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

yang lebih murah walaupun dengan kualitas yang kurang baik atau cacat tetapi masih layak untuk dikonsumsi. Dan pembeli tidak perlu ragu lagi terhadap kualitas sayur-mayur yang dibelinya. Hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan oleh salah satu pembeli di pasar sentral Pinrang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Erna salah pembeli sayur-mayur di Pasar sentral Pinrang menyatakan bahwa:

“Saya lebih memilih pedagang sayur-mayur yang membedakan kualitas sayur-mayurnya dan menjualnya dengan harga yang berbeda, dibanding yang tidak karena saya tidak perlu khawatir lagi terhadap kualitasnya dan orang pun bisa memilih kualitas sayur-mayur yang seperti apa yang ingin dibeli”⁹³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut membuktikan bahwa tetap masih ada pedagang yang jujur dan benar dalam beretika bisnis. Dan pedagang ini telah menerapkan prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran dalam etika bisnis Islam. Para pedagang memang harusnya menjunjung tinggi nilai kebenaran, kebajikan serta kejujuran agar tidak ada pihak yang dirugikan atau merasa tertipu dan sakit hati.



⁹³ Erna, Pembeli sayur-mayur di pasar sentral Pinrang wawancara oleh Peneliti di pasar sentral Pinrang, 25 November 2019.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpul

- 5.1.1 Pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang memperoleh sayur-mayur dengan membeli langsung dari petani, ada yang menanamnya sendiri atau membelinya melalui perantara. Pedagang pun memahami akad dan syarat sah dalam jual beli itu sendiri begitu pula dengan para pembeli. Ternyata masih ada pedagang yang tetap memperhatikan kualitas sayur-mayur yang akan dijualnya, ada pedagang yang membedakan kualitas sayur-mayurnya dan dijual dengan harga yang berbeda tapi ada pula yang mencampur kualitas sayur-mayurnya dan menjualnya dengan harga yang sama. Kebanyakan pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang telah menerapkan syarat sah dalam jual beli sehingga sesuai dengan ketentuan syariat yang berlaku.
- 5.1.2 Penerapan prinsip etika bisnis Islam pada para pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang belum sepenuhnya diterapkan karena masih ada pedagang yang belum menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam itu sendiri, yang dimana ada lima yaitu prinsip Kesatuan (*Tauhid/unity*), prinsip keseimbangan (*equilibrium/adil*), prinsip kehendak bebas (*Free Will*), prinsip tanggungjawab (*responsibility*) serta prinsip kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Walaupun seperti itu namun tetap masih ada pedagang sayur-mayur di pasar sentral pinrang yang telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

5.2 **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan pada para pedagang sayur-mayur di pasar sentral pinrang adalah sebagai berikut:

- 5.2.1 Bagi para pedagang sayur-mayur di pasar sentral Pinrang diharapkan dalam menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yang dimana kewajiban bagi setiap umat Muslim yaitu melakukan hal-hal yang sesuai dengan syariat Islam.
- 5.2.2 Untuk penulis sendiri semoga skripsi yang penulis tulis ini dapat bermanfaat dalam bidang ilmu pengetahuan yang terkait dengan hukum ekonomi Syariah.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Karim

Buku

- Alma, Buchari. 2012. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfa Beta.
- Ahmad, Mustaq. 2001. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam (implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha)*. Bandung: Alfabeta.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad. 2010. *Fiqh Muamalat (Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam)*. Jakarta : AMZAH.
- Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali.
- Badroen, Faisal dkk. 2006. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi)*. Jakarta : PT.Rajagrafindo Persada
- Chapra, M.Umer. 2000. *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Departemen Agama RI. 2005. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta: Soenarjo.
- Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Plus.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Edisi Keempat)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Jusmaliani, dkk. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Janwari Yadi, 2016 *Pemikiran Ekonomi Islam (Dari masa Rasulullah hingga Masa Kontemporer)*. Bandung: Rosda.
- Lubis, K.Suhrawardi Dkk. 2012. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta Timur : Sinar Grafika.
- Mustofa, Imam. 2016. *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Jakarta : PT.Rajagrafindo Persada.
- Mardalis, 2004. *Metode Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*, (Cet. VII: Jakarta: Bumi Aksara).
- Mardani, 2016. *Fiqh Ekonomi Syariah (Fiqh Muamalah)*. Jakarta: Kencana.
- Mujahidin, Ahmad. 2017. *Ekonomi Islam (Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar)*. Depok : Rajawali Pers.
- Muhammad. 2008. *Paradigma, Metodologi & Aplikasi Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad dan Alimin. 2004. *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.

- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan (Akademi Manajemen Perusahaan YKPN)
- Muslich, Ahmad wardi. 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah.
- Mas'adi A.Ghufron. 2002. *Fiqh Muamalah Kontekstual*. Jakarta:PT. RajaGrafindo Persada.
- Naqvi, Syed Nawad Haider. 2003. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerja Sama Dengan Bank Indonesia. 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Qordhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Sulaiman, Muhammad Dkk. 2010. *Jejak Bisnis Rasul*. Jakarta Selatan : PT.Mizan Publika.
- Sarwono W. Sarlito. 2014. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Sahroni, Oni. M.Hasanuddin. 2016. *Fikih muamalah (Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Saleh Achiruddin, Adnan. 2018. *Pengantar psikologi*. Makassar : Aksara timur.
- Shonhaji, Abdullah dkk.1993. *Tarjamaah Sunan Ibnu majah Jilid III*. Semarang: CV.Asy Syifa
- Triyanta, Agus. 2012. *Hukum Ekonomi Islam (dari Politik Hukum Ekonomi Islam sampai Pranata Ekonomi Syariah)*. Yogyakarta : FH UII Press.
- Tim Penyusun. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi. Parepare: STAIN Parepare.
- Skripsi
- Astuti Harahap, Nila. 2018. *Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis pada Supermarket De'Halal Mart Yogyakarta*, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia).
- Asrah. 2018. *Peran Dinas Perdagangan Terhadap Pengawasan Produk kadaluarsa di Kota Parepare (Analisis Etika Bisnis Islam)*. (Parepare : Institut Agama Islam Negeri Parepare).
- Lestari, Ayu. 2018. *Proses Transaksi Jual Beli Ikan di Pasar Lawawoi Kabupaten Sidenreng Rappang (Analisis Etika Bisnis Islam)*. (Parepare : Institut Agama Islam Negeri Parepare).
- Mardania, 2016. *Analisis Etika Bisnis Iislam terhadap unsur Tadlis pada Pedagang Buah (Studi di Desa Mirring Kab.Polewali Mandar)*, Skripsi (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare).
- Namrianah. 2019. *Perilaku pedagang kosmetik terhadap pelayanan konsumen di pasar lakessi kota Parepare*. Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Umi Mursidah. 2017. *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*, Skripsi (Lampung: Universitas Islam negeri Raden Intan Lampung).

Warda. 2015. *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Lakessi Kota Parepare*. (Parepare : Intitut Agama Islam Negeri Parepare).

Internet

<https://id.wikipedia.org/wiki/Sayuran>. Diakses pada pukul 20.00 pada tanggal 30 Januari 2019.

<http://liquenao.blogspot.com/2016/03/normal-0-false-false-false-en-us-x-none.html>, diakses pada pukul 20.05 tanggal 29 januari 2019.

<https://kbbi.web.id/baur>. Diakses pada pukul 17.00. Pada tanggal 2 februari 2019



RIWAYAT HIDUP



RAFIDAH, lahir pada tanggal 30 Desember 1996, di dusun Paladang, Desa Mallongi-longi, Kecamatan Lanrisang, Kabupaten Pinrang. Anak sulung dari dua bersaudara. Ayahanda bernama Abdul Kadir dan Ibunda bernama Nadira Sawidi. Mengawali pendidikan formal di SDN 69 Lanrisang pada tahun 2003 dan kemudian selesai pada tahun 2009, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Lanrisang dan selesai pada tahun 2012, pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Parepare, tamat pada tahun 2015. Penulis melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri Parepare (IAIN) Parepare. Dengan mengambil Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah). Kemudian menyelesaikan studinya di IAIN Parepare pada tahun 2020 dengan judul skripsi: Perilaku Pedagang Sayur-mayur di Pasar Sentral Pinrang (Analisis Etika Bisnis Islam).

PAREPARE