

**ANALISIS PRAKTEK PENJUALAN PARA PEDAGANG SEMBAKO MUSLIM
DALAMPERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS PEDAGANG
MUSLIM SEMBAKO DI PASAR TRADISIONAL AMBARKETAWANG, GAMPING
KABUPATEN SLEMAN)**

Oleh:

Abd Adim¹ Abdul Salam²

¹*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta Magister
Ekonomi Syariah*

abdadim07@gmail.com¹

²*Dosen Ekonomi Syariah Universitas Alma Yogyakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*
salam.eretan@gmail.com²

ABSTRACT

Islam was taught that economic activities cannot be separated from the basic values set out in the Qur'an, the hadith of the Prophet and other sources of Islamic teachings, as in conventional economics, Islamic economic systems also talk about human activities to obtain and regulate material or non-material assets in order to meet the necessities of life as human beings both individually and collectively concerning the acquisition, distribution (trade) or use to fulfill living needs. It can be seen the Islamic economic system in Ambarketawang Traditional Market, Sleman Regency, where the majority of traders are Muslim.

Keywords: *Sales; Islamic Business Ethics; and Basic Food Traders.*

A. PENDAHULUAN

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli). (Nafarin 2009). Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian. Untuk memungkinkan terjadinya transaksi. Jadi kegiatan pembelian dan penjualan merupakan satu kesatuan untuk dapat terlaksana transfer hak atau transaksi.

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan (Tjiptono 2008). Dalam sistem ekonomi bisnis (jual beli) yang baik, harus memiliki etika yang baik agar tercapai suatu bisnis yang berkelanjutan dan menciptakan suatu kesejahteraan sosial.

Etiket berasal dari bahasa Prancis etiquette yang berarti tata cara pergaulan yang baik antara sesama manusia. Sementara itu etika, berasal dari bahasa Latin, berarti falsafah moral dan merupakan cara hidup yang benar dilihat dari sudut budaya, susila, dan agama. Etika

merupakan filsafat / pemikiran kritis dan rasional mengenal nilai dan norma moral yg menentukan dan terwujud dalam sikap dan pada perilaku hidup manusia, baik secara pribadi maupun sebagai kelompok. (sebuah ilmu : pengejawantahan secara kritis ajaran moral yang dipakai). (Salam 2011) Sedangkan bisnis memiliki pengertian yang sangat luas. Aktifitas bisnis bukan saja kegiatan dalam rangka menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga termasuk kegiatan mendistribusikan barang dan jasa tersebut ke pihak-pihak yang memerlukan serta aktivitas lain yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi tersebut (Anindya 2017).

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai, aturan maupun tata cara yang dijadikan pedoman dalam berbisnis sehingga aktifitas bisnis yang dilakukan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Jadi, antara etika dengan bisnis merupakan dua hal yang berhubungan sehingga menghasilkan suatu tatanan bisnis yang saling menguntungkan diantara kedua belah pihak (Nata 2011).

Dapat disimpulkan bahwa Etika Bisnis Islam adalah seperangkat nilai, aturan maupun tata cara yang dijadikan pedoman dalam berbisnis sehingga aktifitas bisnis yang dilakukan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Jadi, antara etika dengan bisnis merupakan dua hal yang berhubungan sehingga menghasilkan suatu tatanan bisnis yang saling menguntungkan diantara kedua belah pihak.

Etika bisnis sebenarnya telah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Selain memiliki sifat ulet dan berdedikasi dalam berdagang, beliau juga memiliki sifat *Siddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh*. *Shiddiq* mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, amal perbuatan serta keyakinan seperti nilai dasar yang diajarkan dalam Islam. *Istiqamah* atau konsisten dalam keimanan dan nilai kebaikan meskipun dihadapkan pada tantangan serta godaan, serta ditampilkan dalam kesabaran dan keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. *Fathanah* berarti cerdas dalam memahami secara mendalam segala sesuatu yang menjadi tugas dan kewajibannya, dengan demikian akan timbul kreatifitas dan kemampuan melakukan inovasi yang bermamfaat. *Amanah* yaitu terpercaya, sehingga dapat ditampilkan dalam kejujuran berdagang serta pelayanan yang optimal dalam segala hal. Yang terakhir adalah *Tabligh* yaitu menyampaikan wahyu, maksudnya bahwa Rasulullah pasti menyampaikan seluruh ajaran Allah SWT, sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melakukan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (Rozalinda 2014).

Pasar Tradisional Ambarketawang Kabupaten Sleman yang notabene adalah pedagang dan pelaku bisnis dan merupakan masyarakat Islam yang agamis. Namun berdasarkan faktanya, masih banyak pelanggaran etika dalam melakukan bisnis, sehingga menimbulkan

spekulasi bagi para pelaku bisnis, dalam hal ini adalah pedagang yang ada di Pasar Tradisional Ambarketawang terkait tentang praktek etika bisnis Islam. Salah satu sektor yang pertumbuhannya pesat seiring dengan perkembangan zaman. Kabupaten Sleman adalah Pasar sebagai pusat perputaran dan distribusi barang keseluruhan wilayah Kabupaten Sleman. Pasar merupakan suatu tempat dimana manusia dapat mencari bahan-bahan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sejak jaman dulu pasar sudah dikenal sebagai tempat tukar menukar barang (barter) berbagai macam benda dan pada masa kini Pasar masih berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan hidup, namun pada dekade ini tampaknya terjadi suatu gejala pergeseran bentuk Pasar.

Berdasarkan uraian di atas peneliti memiliki ketertarikan dalam praktek penjualan etika bisnis Islam pada pedagang sembako Muslim di Pasar Tradisional Ambarketawang.

B. LANDASAN TEORI

a. Penjualan

1. Pengertian Penjualan

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk distribusi ketangan konsumen (pembeli) (Nafarin 2009).

Definisi mengenai penjualan, esensinya diterapkan dalam tiga apresiasi yaitu; *pertama* tingkat penjualan yang ingin dicapai, *kedua* pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi, *ketiga* keuntungan atas volume penjualan. Dari ketiga esensi tersebut pada dasarnya memberikan batasan bahwa volume penjualan diartikan sebagai penambahan nilai ekonomi yang ditimbulkan melalui aktivitas penawaran produk dari berbagai perusahaan industry yang menawarkan pemebeli kepada consume (Tjiptono 2008).

2. Tujuan Penjualan

Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan sebagai berikut:

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk-produk yang lebih menguntungkan (Tjiptono 2008).
- b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan itu sendiri.

Dari tujuan tersebut dapat dicapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

3. Pengertian Produksi

Kegiatan produksi dalam perspektif ekonomi islam adalah terkait dengan manusia dan eksistensinya dalam aktivitas ekonomi, produksi merupakan kegiatan menciptakan kekayaan dengan pemanfaatan sumber alam oleh manusia. Produksi tidak hanya menciptakan secara fisik sesuatu yang tidak ada, melainkan yang dapat dilakukan oleh manusia adalah membuat barang-barang menjadi berguna yang dihasil dari aktivitas produksi tersebut.

Tujuan produksi dalam perspektif fiqh ekonomi khalifah umar bin khatab sebagai berikut (Turmudi 2017) :

1. Merialisasikan keuntungan seoptimal mungkin ketika memproduksi bukan sekedar memproduksi saja
2. Merealisasikan kecukupan individu dan keluarga seorang muslim wajib melakukan aktivitas yang dapat merealisasikan kecukupan.
3. Tidak mengandalkan orang lain Umar r.a sebagaimana yang diajarkan dlam islam tidak membenarkan/memperbolehkan seseorang yang mampu bekerja untuk mengadahkan tangannya kepada orang lain.
4. Melindungi harta dan mengembangkannya harta memiliki peranan besar dalam islam. Sebab dengan harta, dunia dan agama dapat ditegakkan.
5. Mengeksplorasi sumber-sumber ekonomi dan mempersiapkannya untuk dimanfaatkan rezeki yang diciptakan oleh Allah.
6. Pembebasan dari belenggu ketergantungan ekonomi produksi merupakan sarana terpenting dalam merealisasikan kemandirian ekonomi.
7. Taqqarub kepada Allah seorang produsen muslim akan meraih pahala dari sisi Allah SWT.

b. Sistem Ekonomi Islam

Sistem ekonomi islam mengutamakan aspek hukum dan etika, yakni adanya keharusan menerapkan prinsip-prinsip hukum dan etika bisnis islam, antara lain; prinsip tauhid (*at-tauhid*), persamaan (*al-musawwat*), kebebasan (*hurriyah*), keadilan (*al-'adl*), tolong-menolong (*at-ta'awun*), dan toleransi (*at-tasamuh*). Prinsip-prinsip tersebut merupakan landasan dasar dalam system ekonomi islam, sedangkan etika bisnis mengatur aspek hukum kepemilikan, pengalokasian dan pendistribusian harta, yakni menolak monopoli, eksploitas, dan diskriminalitas serta menuntun keseimbangan antara hak dan kewajiban (Aziz 2013).

c. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa latin *ethos* yang berarti kebiasaan, sinonimnya adalah moral yang juga berasal dari bahasa latin *mores* yang berarti kebiasaan. Dalam bahasa arab disebut akhlak. Bentuk jamak dari khuluq yang berarti budi pekerti, atau karakter (Badroen, Dkk, 2012). Etika

adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas yang menjadi studi mengenai standar dan penilaian moral. Etika berasal dari bahasa Prancis *etiquette* yang berarti tata cara pergaulan yang baik antara sesama manusia. Sementara etika berasal dari bahasa Latin berarti falsafah moral dan merupakan cara hidup yang benar dilihat dari sudut budaya, sosial, dan agama (Salam 2011).

Menurut Hamzah Ya'qub etika adalah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk dengan memperhatikan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat diketahui akal pikiran. Sedangkan menurut Baharuddin etika adalah suatu ilmu yang membahas mengenai permasalahan tingkah laku manusia untuk mengetahui mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai jahat (Arifin 2009).

2. Pengertian Bisnis

Kata bisnis sudah banyak diungkapkan oleh berbagai ahli. Melihat dari asal katanya bisnis berasal dari bahasa Inggris yang berarti perusahaan, urusan atau usaha (Alma 2013). Dalam buku pengantar bisnis karangan Buchari Alma, *Hughes and Kapoor* menyatakan *business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfy society's needs. The general term business refers to all such effort within a society or within an industry*. Maksud bisnis adalah suatu kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara umum kegiatan ini ada di dalam masyarakat, dan ada di dalam industry. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktu dengan menanggung, menjalankan kegiatan bisnis maka *entrepreneur* harus mengkombinasikan empat macam sumber, yaitu material, finansial human, dan informasi (Alma 2013).

3. Pengertian Etika Bisnis

Etika merupakan pedoman moral bagi suatu tindakan manusia dan menjadi sumber pemikiran baik buruk tindakan itu. Menurut Brown dan Petrello bisnis yaitu suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat (Aris dan Salam, 2017). Secara ringkas dapat dinyatakan bahwa bisnis adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan orang lain atau dalam masyarakat.

Etika bisnis merupakan keputusan etis yang diambil dan dilakukan pelaku bisnis dalam menggunakan sumber daya yang terbatas apa akibat dari pemakaiannya dan apa akibat dari proses produksi yang ia lakukan. Dapat juga dikatakan etika bisnis adalah suatu upaya untuk menganalisa asumsi-asumsi bisnis bagaimana orang seharusnya bertindak dalam struktur bisnis tertentu.

4. Pengertian Etika Bisnis Islam

Islam adalah agama yang didasarkan pada wahyu Allah yang disampaikan kepada Nabi Muhammad dalam bentuk ayat-ayat Al-Qur'an yang menjadi pedoman bagi seluruh umat manusia. Jadi etika bisnis islam adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, harus benar salah dan lain sebagainya. Dalam prinsip ini umum yang membenarkan seseorang untuk mengaplikasikan atas apa saja dalam dunia bisnis itu sendiri (Saifullah 2011).

Dapat disimpulkan bahwa etika bisnis islam adalah seperangkay nilai, aturan maupun tata cara yang dijadikan pedoman dalam berbisnis sehingga aktivitas bisnis yang dilakukan tidak menyimpang dari ajaran Islam. Etika bisnis sebenarnya sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW. Selain memiliki sifat ulet dan berdedikasi dalam berdagang beliau juga memiliki sifat *siddiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh*. Siddiq mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, amal perbuatan serta keyakinan seperti nilai dasar yang diajarkan dalam Islam. Amanah yaitu terpercaya sehingga dapat ditampilkan aadalah kejujuran berdagang serta pelayanan yang optimal dalam segala hal. Fathanah berarti cerdas dalam memahami secara mendalam segala sesuatu yang menjadi tugas dan kewajibannya. Tabligh menyampaikan wahyu artinya bahwa Rasulullah pasti menyampaikan seluruh ajaran Allah SWT, sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melakukannya.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*fieldresearch*). Jenis penelitian ini adalah antara penelitian pustaka dan penelitian lapangan dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis, yakni memaparkan secara praktis tentang obyek yang diteliti beserta hasil penelitian peneliti dengan terlebih dahulu melakukan analisis dan penetapan nilai, sesuai dengan standar- standar buku dalam jenis deskriptif kualitatif. (Arikunto 2013) Populasi dalam penelitian ini adalah para pedagang sembako muslim di Pasar Tradisional Ambarketawang Kabupaten Sleman yang telah tercantum sebagai pedagang dan menjual Sembilan kebutuhan bahan pokok, seperti beras, gandum, gula, telur, elpiji, sayur-sayuran, minyak goreng dan sebagainya, dengan jumlah 205 pedagang sembako. Sampel yang diambil 10% (Arikunto 2013) dari 205 pedagang sembako yang ada di pasar tradisional amberketawang.

Jenis penelitian ini menggunakan 3 metode teknik pengumpulan data antara lain (Sugiyono 2011).

a. Observasi

Dalam pelaksanaan metode ini akan melihat proses dan praktek jual beli pada pedagang sembako di Pasar Ambarketawang Gamping, Sleman.

b. Wawancara

Dalam pelaksanaan metode ini peneneliti akan melakukan wawancara kepada pedagang sembako di Pasar Tradisional Ambarketawang, Gamping, Sleman dan jajaran pengurus Pasar.

c. Dokumentasi

Dalam pelaksanaan metode ini akan dicari dokumen penting pada pedagang sembako di Pasar Tradisional, Gamping, Sleman. Seperti praktek penjualan tentang etika bisnis Islam dan dokumen penting tentang sejarah Pasar, struktur pasar secara tertulis.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data (Sugiyono 2011).

1. Reduksi data

Pada tahap ini peneliti mereduksi segala informasi dengan melakukan proses pemilihan dan pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data yang muncul dari catatan-catatan penulis lapangan. Sehingga dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas mengenai hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk pengumpulan data selanjutnya.

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan hasil reduksi data yang disajikan dalam laporan secara sistematis yang mudah dibaca atau dipahami baik sebagai suatu kesatuan. Setelah data yang diperoleh peneliti direduksi maka langkah selanjutnya adalah *display* data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahapan peneliti harus memaknai data yang terkumpul kemudian dibuat dalam bentuk penyajian pernyataan singkat dan mudah dipahami dengan mengacu pada masalah yang diteliti. Selanjutnya membandingkan dan menghubungkan data dengan yang lainnya, sehingga mudah dalam menarik kesimpulan sebagai jawaban dari setiap permasalahan.

Hasil dan Pembahasan

Dengan demikian, data yang diperoleh secara langsung dari responden ini sangat erat kaitannya dengan masalah yang akan diteliti. Data yang diperoleh, bersumber dari studi lapangan yaitu berupa informasi yang berasal dari hasil wawancara dan instrumen angket peneliti dengan pedagang sembako yang ada di Pasar Tradisional Ambarketawang.

Adapun data responden para pedagang sembako yang ada di Pasar Tradisional Ambarketawang.

Tabel 1 Data Responden Pedagang Sembako di Pasar Tradisional Ambarketawang, Gamping, Kabupaten Sleman.

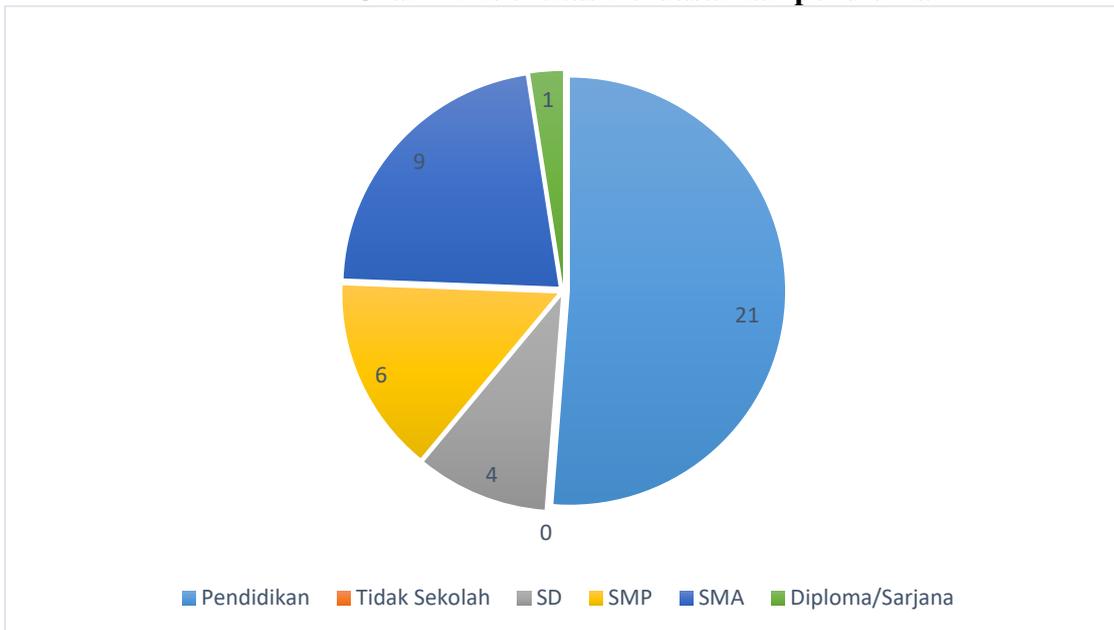
No	Nama	Alamat	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan
1	Suyanto	Mejging Kidul	Laki-laki	42	SMA
2	Muji Rahayu	Sidoarjo, Ngesti Harjo Kasihan Bantul	Perempuan	49	D I
3	Wartinem	Patu'an	Perempuan	46	SMA
4	Sugiyanto	Gamping Tengah	Laki-laki	32	SMA
5	Yuli Sumrani	Kalimanjung Ambarketawang	Perempuan	42	SMA
6	Yuli	Ngarajek, Gemplak Tirtoadi	Perempuan	55	SMP
7	Lansar	Sidarum	Laki-laki	53	SD
8	Marni	Jeng Wetan	Perempuan	56	SD
9	Tutik	Jeng Wetan	Perempuan	50	SMA
10	Bumur	Weden	Perempuan	55	SMA
11	Tini	Selokambang	Perempuan	60	SD
12	Darsilah	Brajan Tamantirto Kasihan Bantul	Perempuan	40	SMP
13	Samidi	Gamping Kidul, Ambarketawang KAB, Sleman	Laki-laki	51	SMP
14	Agus Suryanto	Krandon, Sidomoyo, Godean Sleman	Laki-laki	36	SMA
15	Purwanto	Mejing Wetan, Ambarketawang, Sleman	Laki-laki	49	SMA
16	Yoto Diratno	Tlogo, Ambarketawang Gamping, Sleman	Laki-laki	52	SMP
17	Siti Nuryanti	Ngbel, Tamantirto Kasihan Bantul	Perempuan	45	SMA
18	Triyadi	Wirokraman, Sidokarto, Godean, Sleman	Laki-laki	48	SD
19	Akhmad Sidgoni	Gamping Lor, Ambarketawang, Sleman	Laki-laki	42	SMP
20	Purwanti	Gancangan Lor, Ambarketawang, Sleman	Perempuan	45	SMP

21	Achmad Zaenal	Jlamprang Kidul, Jambidan, Banguntapan Bantul	Laki-laki	55	SMP
----	---------------	---	-----------	----	-----

Sumber : Data Primer, (Observasi, Wawancara Pasar Tradisional Ambarketawang), 2019

Tabel diatas menjelaskan beberapa responden yang dijadikan sebagai data untuk mengetahui tingkat penjualan dalam praktek etika bisnis yang ada di Pasar Tradisional Ambarketawang Gamping Sleman, berdasarkan identitas, umur serta pendidikan yang mereka tempuh sebelum menjadi seorang pedagang sembako. Tabel berikutnya peneliti meninjau dari tingkat pendidikan para pedagang sembako di Pasar Tradisional Ambarketawang sebagai berikut:

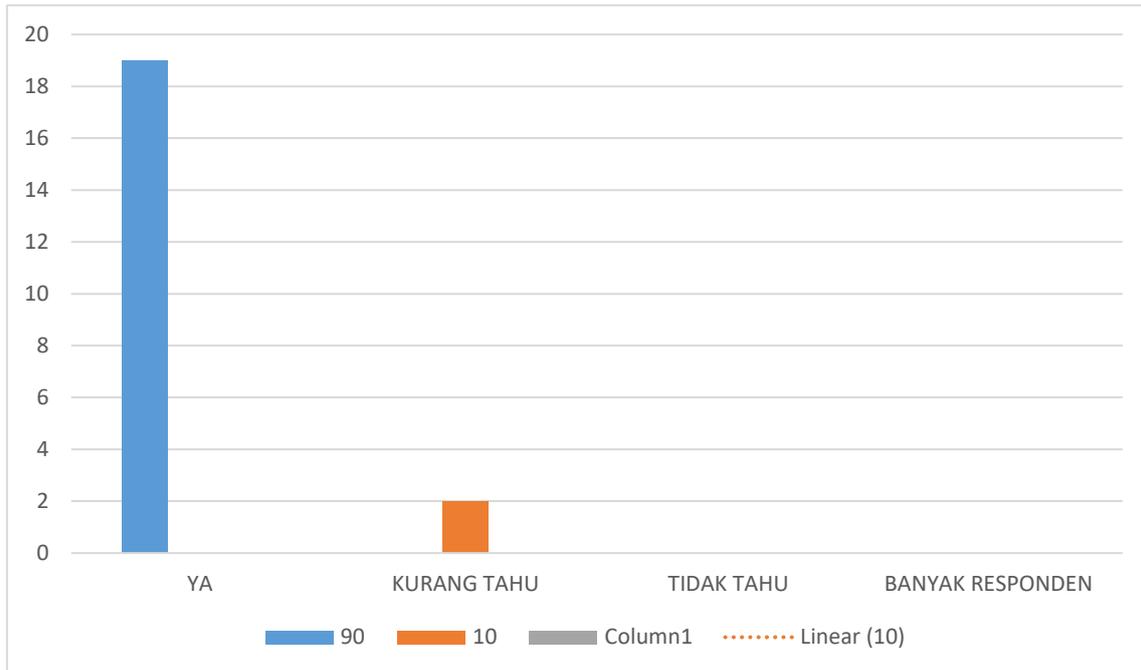
Grafik 1 Identitas Berdasarkan pendidikan



Sumber : Data Primer, (Hasil Observasi, Wawancara Pasar Tradisional Ambarketawang), 2019

Grafik tersebut di atas, menjelaskan bahwa keadaan responden dilihat dari tingkat pendidikannya terdiri dari atas tidak Sekolah, SD, SMP, SMA, dan Diploma/Sarjana. Grafik di atas menunjukkan bahwa dari 21 responden tidak terdapat seorangpun pedagang sembako yang tidak sekolah, selanjutnya 4 responden yang bersekolah SD, 6 responden pedagang sembako yang bersekolah SMP, 9 responden yang bersekolah SMA dan 1 responden yang berpendidikan Diploma/Sarjana.

Grafik 2 Tanggapan Responden Tentang Bisnis Bagian dari Ibadah



Sumber : Data Primer, (pengelolaan Angket), tahun, 2019

Grafik di atas, dapat diketahui bahwa keadaan responden dilihat dari tingkat pendapatnya bahwa bisnis bagian dari ibadah terdiri dari atas Ya, Kurang tahu, tidak tahu. Grafik di atas menunjukkan bahwa sebanyak 19 responden atau 90% responden mengatakan bahwa bisnis bagian dari ibadah dan sebanyak 2 responden atau 10% responden mengatakan kurang tahu tentang bisnis bagian dari ibadah. Dan tidak satupun responden yang menyatakan tidak tahu tentang tidak tahu tentang hal tersebut.

Berdasarkan grafik tersebut, maka dapat diketahui bahwa persentase yang tertinggi adalah menyatakan bisnis bagian dari ibadah yaitu 19 responden atau 90% responden dengan asumsi jika dilaksanakan dengan niat mencari ridha Allah bukan hanya untuk mencari keuntungan sesaat, sedangkan presentase yang terendah sebanyak 2 responden atau 10% responden yang menyatakan kurang tahu tentang bisnis merupakan bagian dari ibadah.

Islam menghalalkan jual-beli yang termasuk juga bisnis. Namun tentu saja orang yang menjalankan bisnis secara Islam, harus menggunakan tatacara atau aturan main bagaimana seharusnya seorang muslim berusaha dalam dunia bisnis agar mendapatkan berkah dari Allah SWT di dunia maupun akhirat. Aturan bisnis Islam menjelaskan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pembisnis muslim dan diharapkan bisnis tersebut akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapatkan berkah dari Allah SWT. Etika bisnis Islam menjamin, baik pebisnis, mitra bisnis, maupun konsumen, masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan. (Salam 2017) sebagaimana firman Allah, QS an-Nisa/4:29.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَطْلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اِلٰهَكُمْ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah maha penyanyang kepada mu.

Ayat ini menjelaskan bahwa orang yang beriman dilarang untuk memakan harta dengan jalan yang batil, melainkan dalam proses jual beli transaksi yang dilakukan harus suka sama suka atau saling ridha. Dan salah satu kondisi yang harus dihilangkan dalam menciptakan sikap saling ridha adalah terbebasnya transaksi jual beli dan proses penipuan.

Keberhasilan berbisnis atau berdagang terletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Ketika berdagang, Rasulullah memegang teguh 4 prinsip yang merupakan sifat-sifat beliau sehingga membawa keberkahan dalam berdagang. Sifat-sifat tersebut merupakan suri tauladan yang dapat diikuti oleh pedagang agar perdagangan yang digeluti tidak menyimpang dari etika bisnis Islam. Sifat-sifat ini pula yang telah diterapkan oleh pedagang sembako yang ada di Pasar Tradisional Ambarketawang.

1. Shiddiq

Sikap jujur yang dilakukan oleh pedagang sembako dalam menjalankan jual beli meliputi hal-hal berikut:

a. Tidak melipatgandakan harga

Harga merupakan jumlah dari biaya ditambah dengan keuntungan. Para pedagang sembako di pasar tradisional biasanya menetapkan harga sesuai dengan harga yang ada di pasaran, mereka hanya menambahkan keuntungan Rp 1.000,00 per kg nya karena mereka mengambil langsung dari petani, misalnya cabai, sayuran, beras dan lain-lain, keuntungan tersebut juga masih bisa diturunkan sesuai dengan berapa banyaknya pembelian.

Kejujuran yang ditekankan disini ketika penjual dan pembeli bertransaksi, para pedagang memberikan harga sesuai dengan harga pasaran dan dalam pengambilan banyak ada harga tersendiri yang disebutkan oleh pedagang kepada pembeli. Dan kualitas barang sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan tergantung pembeli mau milih yang dibutuhkan. Sebagaimana Rasulullah yang selalu menghimbau agar dalam menetapkan harga sebuah barang harus disesuaikan dengan nilai yang terkandung di dalamnya. Disamping itu penetapan harga harus disesuaikan dengan harga yang berlaku dipasaran dan sesuai dengan kebiasaan yang berlaku di suatu wilayah. (Al-Mishri 2006)

b. Jujur dalam takaran

Mengenai aspek takaran dan ukuran dikatakan bahwa kejujuran dalam hal takaran maupun ukuran mutlak harus ada. Etika bisnis Islam yang mana pebisnis dilarang mengurangi

timbangan ketika menakar dan meminta dilebihkan ketika menerima takaran. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Muthaffifin (83): 1-3 yang berbunyi:

ويل للمطففين ١ الذين إذا أكتالوا على الناس يستوفون ٢ وإذا كالوهم أو وزنوهم يخسرون ٣

Artinya: "kecelakaan besar bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Dan apabila menakar untuk orang lain, mereka mengurangi.

Berangkat dari sikap kebenaran dan kejujuran maka akan melahirkan persaudaraan dan kemitraan antara penjual dan pembeli, sehingga muncullah kondisi saling menguntungkan di antara penjual dan pembeli.

c. Mengakui kelemahan dan kelebihan produk

Para pedagang dalam menjalankan perdagangannya selalu mengatakan apa adanya tanpa menutup-nutupi mengenai kualitas dari produk yang dijualnya serta mengedepankan kebenaran informasi dari produk tersebut. Kalau produk tersebut baik mengatakan baik, kalau produk tersebut buruk mengatakan buruk. Perilaku tersebut dianjurkan dalam Islam karena Al Qur'an dan Rasulullah selalu menekankan adanya kejujuran dalam berbisnis.

Rasulullah bukan hanya bersabda melalui hadits-haditsnya melainkan memberi tauladan secara langsung mengenai cara berdagang yang jujur yaitu dengan cara menggambarkan barang dagangan dengan sebenar benarnya tanpa ada unsur kebohongan ketika menjelaskan macam, jenis, sumber maupun biayanya. (Az-Zuhaili 2011) Sebagaimana dijelaskan dalam salah satu hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim yang berbunyi:

Artinya: "Muhammad bin Mutsanna menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa'id menceritakan kepada kami dari Syu'bah. Amr bin Ali juga menceritakan kepada kami, Yahya bin Sa'id dan Abdurrahman bin Mahdi menceritakan kepada kami, keduanya berkata: Syu'bah menceritakan kepada kami dari Qotadah, dari Abu Al- Khalil, dari Abdullah bin AlHarits, dari Hakim bin Hizam, dari Nabi SAW, beliau bersabda: „penjual dan pembeli berhak khiyar selagi mereka belum berpisah apabila keduanya jujur dan menerangkan (barang yang diperjualbelikan) maka keduanya akan dierkahi dalam jual-belinya. Tapi jika keduanya bohong dan merahasiakan (apa yang harus diterangkan tentang barang yang diperjualbelikan) maka keberkahan jual belinya akan dihapuskan." (HR. Muslim). (Annawawi 2011)

2. Amanah

Sikap bertanggung jawab dan dapat dipercaya yang ditampilkan oleh para pedagang sembako yang ada di pasar tradisional ambarkrtawang meliputi hal-hal berikut:

a. Akuntabilitas

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa para pedagang sembako memiliki catatan atas transaksi keuangannya. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui berapa jumlah keuntungan maupun kerugian yang diterimanya dalam jangka waktu tertentu.

Akuntabilitas sebagai perwujudan sifat amanah dari kasir kepada bos yang meliliki barang dagangan. Laporan pertanggungjawaban ini pun menjadi tolak ukur bagi para pedagang sembako, mengalami kemajuan ataukah kemunduran. Sehingga sangat penting sifat ini diterapkan dan diaplikasikan dalam suatu bisnis.

b. Memberikan Pelayanan yang Optimal

Para pedagang sembako memberikan pelayanan terbaik kepada pembeli, artinya bahwa pembeli sebagai raja dan pembeli diprioritaskan dalam terciptanya kebutuhan mereka, dengan cara memberikan pelayanan yang tepat dan cepat, murah senyum, dan pelayanan ramah. Rasulullah sangat menganjurkan para pelaku bisnis untuk bermurah hati dalam setiap transaksi, murah senyum dan ramah tamah. (Arifin 2009) Sebagaimana hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Ibnu Majah yang berbunyi:

Artinya: *“Dari Jabir bin Abdullah bahwa Rasulullah SAW bersabda: „semoga Allah merahmati seseorang hamba yang toleran bila menjual, toleran bila membeli, dan toleran bila menagih“.*” (HR. Bukhari dan Ibnu Majah). (Al-albani 2011).

Apapun dan bagaimanapun bentuk pelayanan yang diberikan semuanya itu dilakukan untuk menarik minat pembeli dan membuat pembeli merasa nyaman ketika melakukan pembelian. Disamping itu, memberikan pelayanan yang optimal dapat membuat pembeli loyal dan akhirnya akan kembali membeli lagi. Hal ini bertujuan sama seperti yang diungkapkan Rasulullah yaitu mendapat rahmat dan berkah dari hasil dagangannya.

c. Menepati Janji

Menepati janji dalam hal apapun merupakan salah satu moral keimanan, jadi setiap pedagang harus memiliki komitmen yang kuat dalam hal pemenuhan janji. Hal tersebut dikarenakan Allah memerintahkan kepada orang Muslim untuk menepati janji dan Allah telah menyebutkan orang mukmin yang beruntung adalah orang yang dapat menepati janji-janjinya. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al Maidah (5):1 yang berbunyi:

بِأَيِّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْعَةُ الْإِنْعَامِ إِلَّا مَا يَتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحْلِي ٱلصَّيْدِ وَأَنتُمْ حُرُمٌ إِنَّ ٱللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ۗ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-
akad itu....”*

Berdasarkan data yang didapatkan dapat diketahui bahwa setiap pembeli terkadang

memesan barang yang sudah dipesan dari beberapa hari sebelumnya, dan para pedagang menyediakan barang dagangan sesuai dengan pesanan, tidak pernah mengecewakan pembeli, ketika pembeli datang mengambil barang pesanan para pedagang tidak pernah tidak menyediakan barang yang dipesan, dan tidak pernah menjanjikan barang yang tidak ada.

3. Tabligh

Komunikatif dan argumentative yang ditampilkan para pedagang sembako di pasar amarketawang meliputi hal-hal berikut:

a. Komunikasi bisnis

Dari hasil wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam berkomunikasi dengan pembeli maupun mitra dagang para pedagang sembako menggunakan bahasa yang sopan, dengan candaan yang biasa dilakukan agar tercipta kekeluargaan, mengucapkan terima kasih, serta mengedepankan sopan santun. Rasulullah SAW memberikan contoh kepada manusia khususnya para pelaku dagang untuk menahan lidah. Rasulullah hanya berbicara ketika dibutuhkan, tidak suka mengumbar cerita, apalagi sampai menggunjingkan orang lain. Ada tiga hal yang ditinggalkan oleh Rasulullah yang harus diikuti oleh para pedagang yaitu *riya'*, banyak bicara dan membicarakan sesuatu yang tidak perlu. Selain menahan lisan, Rasulullah juga memelihara lisan untuk tidak berbicara buruk, kasar dan menggunakan nada tinggi (Prihadi 2012).

Komunikasi yang digunakan baik itu verbal maupun non verbal hal terpenting yang harus diingat oleh pelaku dagang adalah komunikasi dengan menggunakan bahasa yang sopan dan tidak menyakiti hati pembeli ataupun mitra dagang. Disamping itu berbicara dengan bahasa yang mudah dipahami dan dapat diterima oleh akal juga harus menjadi perhatian bagi para pedagang

b. Menjalin hubungan baik dengan mitra bisnis (silaturahmi)

Para pedagang sembako di pasar amarketawang selalu menjaga hubungan baik dengan para pembeli maupun mitra dagang. Beraneka ragam cara yang mereka gunakan mulai dari selalu mengajak berkomunikasi, memberikan diskon pada pembeli yang sering melakukan pembelian. Bentuk-bentuk silaturahmi yang dilakukan oleh para pedagang biasanya ketika pas hari lebaran maupun ketika melakukan perjalanan mereka menyempatkan mampir kerumah pembeli maupun mitra dagang yang sudah berlangganan. Hal tersebut dilakukan untuk menjalin hubungan tali silaturahmi dan kekeluargaan.

4. Fathonah

Kecerdasan yang ditunjukkan oleh para pedagang sembako dipasar tradisional ambarketawang meliputi hal-hal berikut:

a. Kecerdasan spiritual

Kecerdasan spiritual yang dilakukan yaitu dalam bentuk menjalankan sholat wajib, berdoa kepada Allah. Bagi para pedagang, sholat tidak hanya sekedar kewajiban yang jika tidak dijalankan akan mendapat dosa, namun sholat merupakan kebutuhan. Ketika telah melaksanakan sholat akan merasa lebih tenang untuk melanjutkan aktifitas perdagangan.

Pedagang muslim harus yakin bahwa manusia dituntut untuk bekerja keras, namun hasil akhirnya hanya Allah yang berhak menentukan. Dengan kecerdasan spiritual seorang pedagang Muslim tidak akan merasa resah dengan hal-hal yang sering melanda dunia bisnis, misalnya kerugian, inflasi, persaingan yang ketat serta modal yang kecil. Pebisnis Muslim harusnya mampu mencontoh kecerdasan spiritual yang dimiliki oleh Rasulullah. Spiritualisasi ala Nabi Muhammad yaitu mengawali bisnis dengan basmallah dan mengakhiri dengan hamdalah, bersedekah, mengerjakan sholat wajib tepat waktu, melaksanakan sholat sunnah, mengerjakan puasa sunnah dan selalu berdoa kepada Allah (Prihadi 2012).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa para pedagang sembako di pasar ambarketawang telah memiliki kecerdasan spiritual meskipun tidak sempurna Rasulullah. Dengan kecerdasan spiritual yang dimiliki, maka pedagang sembako yang ada di Pasar Tradisional Ambarketawang akan merasakan ketenangan hati dan setiap tingkah lakunya akan terjaga dari hal-hal yang menyimpang dari ajaran Islam.

b. Professional

Bentuk professional yang dilakukan oleh para pedagang sembako di Pasar Ambarketawang yaitu dengan cara melayani pembeli sesuai dengan mana yang lebih dulu membeli maupun mana yang lebih dulu memesan, tidak membedakan antara yang satu dengan yang lain.

a. Jenis produk yang ditawarkan

Para pedagang biasanya harus biasanya memiliki kualitas baik dengan harga yang tidak jauh beda dari para pedagang lain.

b. Melihat market share pesaing (besarnya pasar yang dikuasi)

Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pasar yang dikuasi dan segmen pasar yang akan dimasuki.

c. Identifikasi peluang dan ancaman

Identifikasi peluang dan ancaman bisa melihat setelah dilakukan identifikasi market share

pesaiang.

d. Identifikasi keunggulan dan kelemahan

Memetakan atau mencari tahu keunggulan dan kelemahan yang dimiliki pesaing.

Jadi dari praktek jual beli pedagang sembako yang ada di Pasar Tradisional Ambarketawang ketika menjalankan prinsip-prinsip atau etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah seorang pedagang tidak harus menaikkan harga dengan setinggi-tingginya (mengambil untung sebanyak-banyaknya.), promosi dengan sendirinya akan menyebar ketika komunikasi baik, tempat juga menyesuaikan karena seorang pelanggan mencari kenyamanan dalam hal pelayanan.

Kesimpulan

1. Secara praktek etika bisnis islam terhadap pedagang sembako di pasar ambarketawang, Gamping, Sleman dapat disimpulkan bahwa:

Sebagian besar pedagang sembako di pasar tradisional ambarketawang, Gamping, Sleman sudah memahami nilai-nilai etika bisnis islam bahwa dari data menunjukkan dapat diketahui bahwa keadaan responden dilihat dari tingkat pendapatannya bahwa bisnis bagian dari ibadah terdiri dari atas 19 responden atau 90% responden mengatakan bahwa bisnis bagian dari ibadah. Sedangkan sebanyak 2 responden atau 10% responden mengatakan kurang tahu tentang bisnis bagian dari ibadah.

2. Dari pembahasan yang sudah dipaparkan dari hasil data yang sudah ada mengenai etika bisnis islam pada pedagang sembako di pasar tradisional ambar ketawang, Gamping, Sleman dapat disimpulkan bahwa:

Sebagian dari responden yang diwawancarai mengatakan bahwa nilai-nilai etika bisnis islam walaupun tidak pernah diajarkan pada pendidikan yang ditempuh para responden mereka sudah mengerti bahwa ketika berdagang ataupun berjualan haruslah jujur, amanah, tidak mengurangi timbangan dan pendidikan moral lain yang sudah melekat pada diri mereka sebagai seorang muslim.

Daftar Pustaka

- Al-albani, Muhammad Nashirudidn. 2011. *Shahih At-Tarhib Wa At-Tarhib, Terj. Izzudin Karimi*. Jakarta: Pustaka Sahifa.
- Al-Mishri, Sami' dan Abdul. 2006. *Pilar-Pilar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Alma, Buchari. 2013. *Pengantar Bisnis*. Bandung: alfabeta.
- An-nawawi, Imam. 2011. *Syarah Shahih Muslim, Terj. Ahmad Khatib*. Jakarta: Pustaka Azzam.

- Anindya, astrid desy. 2017. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delituakecamatan Delitu." *At-Tawasuth* Volume II,.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. cet-ke 1. Semarang: Walisongo Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Ilmiah: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Az-Zuhaili, Wahbah. 2011. *Fiqih Islam Wa Adillatuhu Terj. Abdul Hayyie Al-Kattani*. jilid 5. jakarta: gema insani.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam : Implementasi Etika Islam Untuk Dunia Usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Badroen, Faizal. n.d. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nafarin, M. 2009. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nata, Abuddin. 2011. *Studi Islam Komprehensif*. Jakarta: Kencana.
- Prihadi, Yucki. 2012. *Sukses Bisnis Melalui Manajemen Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia.
- Rozalinda. 2014. *Ekonomi Islam (Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi)*. edited by P. R. Persada. Jakarta.
- Saifullah, Muhammad. 2011. "Etika Bisnis Dalam Praktek Rasulullah." *IAIN Walisogo Semarang* volume 1 n.
- Salam, Abdul. 2011. "Interrelasi Antara Etika Dan Sistem Ekonomi (Studi Pemikiran Ekonomi Ibnu Khaldun), Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Volume I, No.2 Desember 2011." *Jesi* Volume I,.
- Salam, aris dan abdul. 2017. "Analisis Umkm Rumah Ayam Potong Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Rumah Ayam Potong Bantul Broiler Di Beji Sendangsari Pajangan Bantul Yogyakarta)." *Jesi* Volume I,.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. Dkk. 2008. *Pemasaran Startegi*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Turmudi, Muhammad. 2017. "Production in Islamic Economic Perspective." *Islamadina* volume XXI.