

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam bisnis etika menjadi hal yang perlu dilakukan oleh semua pelaku bisnis. Etika sendiri merupakan sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku jujur, benar dan adil. Dengan adanya etika, sikap pedagang menjadi hal yang perlu dilakukan sikap baik dan murah hati sehingga konsumen pun menjadi nyaman. Menurut (Rindjin, 2008: 71) Etika Bisnis menyoroti segi-segi moral perilaku manusia yang mempunyai profesi dibidang bisnis dan manajemen. Oleh karena etika bisnis dapat dilihat sebagai usaha untuk merumuskan dan menerapkan etika di bidang hubungan ekonomi antar manusia.

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadis: “ Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah Akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (Iman). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi. (Nawatmi, 2010: 54)

Perkembangan bisnis yang sangat cepat mengikuti arus globalisasi ini semakin memudahkan pembeli dalam membeli apapun dengan begitu persaingan dalam bisnis menjadi suatu yang wajar terjadi, bahkan bisa menggunakan segala cara demi bisnis tersebut bisa berjalan tanpa melihat etika yang seharusnya ada dalam bisnis. Kegiatan menghalalkan segala cara ini menjadikan para pelaku bisnis hanya melihat bisnis sebagai sarana untuk mendapatkan untung dan bagaiman mendapat keuntungan lebih banyak serta mencapai pasar yang lebih luas tanpa melihat etika yang seharusnya.

Narasi bisnis adalah narasi tentang hidup manusia. Melalui kegiatan bisnis, manusia menilik perilaku manusia. Kegiatan bisnis mencerminkan hidup manusia. Di dalam bisnis, manusia bisa menemukan berbagai watak, karakter dan kepribadian hidup manusia. Berbagai kecenderungan tersebut kerap pula dijumpai dalam keseharian hidup manusia. Dengan kata lain, bisnis merepresentasikan perilaku hidup manusia. Perilaku dan sifat manusia seperti jujur, adil, ramah, cermat, disiplin, kerja keras, pantang menyerah, dan sebagainya, yang merupakan perilaku keseharian manusia jamak ditemui dalam kehidupan berbisnis dan secara langsung menjadi karakter khas pelakupelaku bisnis. Hal ini sebenarnya menunjukkan korelasi yang sedemikian erat antara bisnis dan kehidupan sehari-hari. (Ardi, 2015: 53)

Menurut Naqvi (Djakfar, 2012 :20) Titik sentral Etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Jika sekiranya manusia mempunyai kebebasan mutlak, maka ia berarti menyaingi kebebasan Tuhan. Dalam Etika Islam manusia adalah pusat ciptaan Tuhan.

Etika Bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al islamiyah) yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangnya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Quran dan Sunnaterrasul. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari. (Amalia. 2012)

Secara konkret bisa diilustrasikan jika seorang pelaku bisnis yang peduli pada etika, bisa diprediksi ia akan bersikap jujur, amanah, adil, selalu melihat kepentingan orang lain dan sebagainya. Sebaliknya bagi mereka yang tidak mempunyai kesadaran akan etika, dimana pun dan kapan pun

saja tipe kelompok orang kedua ini akan menampakan sikap kontra produktif dengan sikap tipe kelompok orang pertama dalam mengendalikan bisnis. (Djakfar, 2012: 29) Dengan begitu kita bisa melihat pelaku bisnis dalam pedagang dari tipe kelompok tersebut sehingga akan mudah teridentifikasi dari mulai pengetahuannya mengenai Etika Bisnis Islam sampai penerapannya dalam beretika bisnis secara Islam.

Seorang pengusaha dalam pandangan Etika Islam bukan sekadar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah SWT. Ini berarti yang harus diraih oleh seorang pedagang dalam melakukan bisnis tidak sebatas keuntungan materiil (bendawi), tetapi yang penting lagi adalah keuntungan immateriil (spiritual). (Djakfar, 2012: 29)

Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam, Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh Pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai-nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi seorang Muslim, nilai-nilai ini ada sebagai refleksi dari keimanannya kepada Allah, bahkan Rasulullah memerankan dirinya sebagai Muhtasib di Pasar, dan menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan moralitas. (Salim, 2018: 60)

Islam menempatkan Pasar sebagai tempat perniagaan yang sah, halal dan ideal. Meskipun terdapat persaingan, Pasar dalam Islam tetap ditumbuhi dengan nilai-nilai Syariah seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran dan persaingan sehat, dimana persaingan sehat tersebut tetap menempatkan nilai dan moralitas Islam. Ibn Taymiyyah menyebutkan bahwa ada beberapa karakteristik atau ciri Pasar yang Islami, antara lain: adanya kebebasan bagi setiap orang untuk keluar masuk Pasar, tidak ada monopoli, adanya informasi yang cukup, tidak ada sumpah palsu, kecurangan dalam takaran dan tidak adanya penjualan barang yang diharamkan. Ajaran Islam menjunjung tinggi kebebasan individu, tetapi

yang dibatasi oleh nilai Syariah dan mengarah pada kerjasama dan bukan pada persaingan yang mematikan. (Amalia. 2012)

Tabel 1.1 Pasar di kabupaten Majalengka

| No | Kecamatan | Pasar Pemda | Pasar Desa | Pasar Swasta | Jumlah |
|----|--------------|-------------|------------|--------------|--------|
| 1 | Lemahsugih | - | 7 | - | 7 |
| 2 | Bantarujeg | - | 1 | - | 1 |
| 3 | Malausma | - | 3 | - | 3 |
| 4 | Cikijing | - | 1 | - | 1 |
| 5 | Cingambul | - | 1 | - | 1 |
| 6 | Talaga | 1 | - | - | 1 |
| 7 | Banjaran | - | - | - | - |
| 8 | Argapura | - | - | - | - |
| 9 | Maja | - | 2 | - | 2 |
| 10 | Majalengka | - | - | - | - |
| 11 | Cigasong | 1 | - | - | 1 |
| 12 | Sukahaji | - | 1 | - | 1 |
| 13 | Sindang | - | - | - | - |
| 14 | Rajagaluh | - | 2 | - | 2 |
| 15 | Sindangwangi | - | - | - | - |
| 16 | Leuwimunding | - | 2 | - | 2 |
| 17 | Palasah | - | 2 | - | 2 |
| 18 | Jatiwangi | - | 3 | - | 3 |
| 19 | Dawuan | - | - | - | - |
| 20 | Kasokandel | - | - | 1 | 1 |
| 21 | Panyingkiran | - | - | - | - |
| 22 | Kadipaten | 1 | 1 | - | 2 |
| 23 | Kertajati | - | 4 | - | 4 |
| 24 | Jatitujuh | - | 2 | - | 2 |
| 25 | Ligung | - | 4 | - | 4 |

| | | | | | |
|---------------|------------|----------|-----------|----------|-----------|
| 26 | Sumberjaya | 1 | 1 | - | 2 |
| Jumlah | | 4 | 38 | 1 | 42 |

Sumber: Dinas Perdagangan Kabupaten Majalengka

Pasar Prapatan Panjalin Majalengka, salah satu pasar yang memiliki dua hari pasaran yaitu dihari Senin dan Kamis. (Profil Pasar Prapatan) Pasar tersebut memiliki setidaknya kurang lebih 292 pedagang sandang pada hari pasaran tersebut (Data Pedagang Pasar Prapatan) Selain hari itu pun tetap ada pasar namun untuk yang berjualan sayur-sayuran, daging, perabotan rumah tangga dan kebutuhan rumah tangga lainnya kurang lebih 222 pedagang. Jadi tidak hanya menjadi pasar sandang namun sebagai pasar pada umumnya juga untuk menjual berbagai kebutuhan rumah tangga.

Pasar Prapatan merupakan Pasar Sandang terbesar se wilayah Majalengka. Pasar tersebut juga merupakan Pasar pemda Kabupaten Majalengka. Dari segi stok barang pun tidak pernah kehabisan stok karena dari jarak yang tidak terlalu jauh untuk berbelanja seperti sayuran bisa berbelanja ke Maja atau Jagasatru. Dinas Peternakan pun sering mengontrol dari segi daging dan sayuran pun terjaga kualitasnya. Harga di Pasar Prapatan termasuk stabil, naik tidak terlalu jauh dan turun pun tidak terlalu turun. Untuk sandang pun pedagangnya rata-rata dari Tegal Gubug jadi stok pasti ada dan dari segi harga tidak terlalu jauh. Dalam hal pemungutan retribusi, pengelola pasar menerapkan sebesar Rp 4000 setiap pedagang hal itu meliputi keamanan dan kebersihan. Pendapatan yang didapatkan dengan memungut distribusi terhadap kurang lebih 500 pedagang ini maka yang didapatkan sebesar kurang lebih Rp 2.000.000 perharinya sehingga dalam sebulan kurang lebih mendapatkan Rp 60.000.000 (Wawancara dengan pengelola pasar prapatan Pak Nana, 27/10/2020)

Fenomena yang terjadi pada Pasar Prapatan seperti yang dikemukakan oleh Ibu Enok (53 tahun dari leuwikujang) yang setiap Senin dan Kamis selalu belanja di pasar tersebut mengenai pedagang “Pedagang disini setiap ibu berbelanja sebenarnya macam-macam, ada pedagang yang ramah, baik hati ada juga yang tidak ramah bisa dibilang judes apalagi jika ibu komplain masalah baju yang ibu beli kemarin, jadi ibu ingin

menukarnya namun malah ditanggapi dengan perilaku yang tidak enak, masalahnya seperti halnya jaitan yang tidak rapih, sobek yang memang ketika membeli ibu kurang teliti melihat jadi ibu ingin menukarnya” tegasnya. (Wawancara pada tanggal 2 November 2020)

Sedangkan yang dikemukakan oleh Ibu Sasih (61 tahun dari Sumberjaya) yang setiap Senin dan Kamis selalu belanja di Pasar Prapatan mengenai Pedagang “Pernah saya menemui pedagang yang tidak ramah dan dalam penawaran harga tidak bisa negosiasi, saya kalau berbelanja lumayan banyak jenisnya seperti halnya gamis, spre, kerudung, sarung bantal dan lain sebagainya. ketika saya ingin negosiasi harga ada pedagang yang sulit sekali untuk menurunkan harga karena menurut saya harga yang dipatok masih tergolong mahal jadi saya negosiasi dengan pedagang tersebut, kalau sekiranya tidak bisa saya tidak akan membeli di pedagang itu lagi” tegas beliau. Sama halnya seperti ibu enok, bu sasih pun pernah kesulitan dalam hal menukar barang sempat ada perdebatan terlebih dahulu walaupun akhirnya bisa ditukar juga. (Wawancara pada tanggal 2 November 2020)

Kedua informan ini memang sering berbelanja di Pasar Prapatan karena barang-barang yang mereka beli akan dijual kembali yang memang sesuai pesanan dari konsumen mereka. Informan lainnya seperti Ibu Keni, Dini, Mega, Ibu Juanah, Nurkamila dan lain sebagainya yang pernah berbelanja namun tidak sering, rata-rata dari mereka pernah menemukan pedagang yang tidak ramah kepada pembeli dan kesulitan dalam hal menawar atau negosiasi harga dalam hal ini pedagang mematok harga terlalu yang tinggi.

Pedagang yang tidak ramah dan penetapan harga yang terlalu tinggi ini menjadikan Etika Bisnis Islam pada beberapa pedagang di pasar prapatan belum menerapkannya dengan baik, karena ramah dan murah hati serta penetapan harga yang wajar merupakan bagian dari Etika Bisnis Islam. Penulis mengidentifikasi bahwa minimnya juga pengetahuan beberapa pedagang mengenai Etika Bisnis Islam. Dampak yang terjadi jika Pedagang mengetahui dan menerapkan Etika Bisnis Islam. Hal itu yang membuat penulis tertarik untuk meneliti mengenai “ETIKA BISNIS ISLAM DAN

DAMPAKNYA PADA PEDAGANG DI PASAR PRAPATAN PANJALIN MAJALENGKA”

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

- a. Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka belum diterapkan dengan baik.
- b. Minimnya Pengetahuan Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka mengenai Etika Bisnis Islam.

2. Pembatasan Masalah

Untuk Menghindari terlalu luasnya Penelitian maka Penulis hanya akan Membahas Mengenai Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Prapatan panjalin Majalengka beserta Dampaknya.

3. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana Pengetahuan dan Penerapan Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka mengenai Etika Bisnis Islam?
- b. Bagaimana Dampak Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka?
- c. Bagaimana Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka dalam mengajukan Pembiayaan pada Bank Konvensional?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk Mengetahui Pengetahuan dan Penerapan Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka mengenai Etika Bisnis Islam.
- b. Untuk Mengetahui Dampak Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka.
- c. Untuk Mengetahui Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka dalam mengajukan Pembiayaan pada Bank Konvensional.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Secara Praktis Penelitian ini mempunyai manfaat besar dalam rangka memberika masukan dan dapat dijadikan bahan kajian demi terlaksananya Etika Bisnis Islam.

b. Manfaat Akademik

Secara Akademik Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan sebagai bentuk menrapkan tugas dan fungsi perguruan tinggi khususnya Jurusan Perbankan Syariah mengenai Etika Bisnis Islam.

D. Literatur Review

Berikut penulis lampirkan beberapa Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan skripsi yang telah penulis susun diantaranya sebagai berikut:

1. Umi Mursidah (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “*Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)*” Dalam peneltian ini bahwa Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Betung jika ditinjau dari ke-empat prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam yang dijadikan tolak ukur, penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Betung belum diterapkan dengan baik oleh para Pedagang karena hanya prinsip tanggungjawab 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 dengan peneliti yaitu dari Metodenya Kualitatif dan mengambil tempat penelitiannya sama-sama di Pasar hanya berbeda wilayah saja. Perbedaannya bagi Umi Mursidah terletak pada penelitiannya yang berfokus hanya pada Penerapannya saja namun bagi peneliti fokusnya tidak hanya Penerapan tapi Pengetahuan Etika Bisnis Islam serta Dampaknya.
2. Dyan ‘Arrum Rahmadani (2017) yang berjudul “*Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Petepamus Makasar dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*” dalam Penelitian ini bahwa para Pedagang di Pasar Tradisional

Petepamus Makassar tidak mengetahui Etika Bisnis Islam, akan tetapi dalam melaksanakan transaksi jual beli mereka menggunakan aturan sesuai dengan Etika Bisnis Islam, dilihat dari tidak melupakan ibadah shalat wajib, berdo'a dan bersedekah, adil atau seimbang dalam menimbang atau menakar dan tidak menyembunyikan cacat, memberikan kebebasan kepada penjual baru dan tidak memaksa pembeli, menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang, bersikap ramah tamah dalam melayani dan bermurah hati.

Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu dari Metodenya Kualitatif dan mengambil tempat penelitiannya sama-sama di Pasar hanya berbeda wilayah saja. Perbedaannya bagi Dyan 'Arrum terletak pada fokusnya perilaku Pedagang berdasarkan Etika Bisnis Islam namun bagi peneliti yaitu Pengetahuan dan Penerapan Etika Bisnis Islam serta Dampaknya.

3. Heri Irawan (2017) yang berjudul "*Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*" dalam Penelitian ini bahwa mayoritas Pedagang Sembako yang ada di Pasar Sentral Sinjai telah memahami dan menerapkan Etika Bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah saw dalam berdagang. Hal ini dapat dilihat dari indikator Pedagang Sembako tentang memahami Etika Bisnis hingga mencapai 19 orang atau 95% dan pedagang sembako melaksanakan sikap kejujuran mencapai hingga 19 orang dari 20 informan atau 95%. Namun masih terdapat Pedagang Sembako yang kurang paham secara teori dan tidak menerapkan Etika Bisnis karena istilah Etika Bisnis yang menjadi asing bagi mereka serta minimnya informasi tentang Etika Bisnis karena rendahnya Pendidikan yang mereka miliki dan diasumsikan pula bahwa mereka sudah terbiasa dengan perdagangan yang hanya memprioritaskan profit atau keuntungan dunia semata dan tidak memikirkan keberkahan atau keuntungan akherat dalam berbisnis.

Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu dari Metodenya Kualitatif dan mengambil tempat penelitiannya sama-sama di pasar hanya berbeda wilayah saja. Perbedaannya bagi Heri Irawan terletak pada Pemahaman

dan Penerapan Etika Bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah namun peneliti berdasarkan aksioma Etika Bisnis Islam menurut Syed Nawab Haidar Naqvi yang dimana dari Aksioma tersebut dijabarkan beberapa prinsip oleh Muhammad Djakfar dalam bukunya Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi.

4. Ahmad Hulaimi dkk (2016) yang berjudul "*Etika Bisnis Islam Pedagang Sapi Dan Dampaknyaterhadap Kesejahteraan Pedagang Di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur*" dalam penelitian bahwa dari kajian terhadap Etika Bisnis Islam yang diterapkan oleh Pedagang sapi di Kecamatan Masbagik belum sepenuhnya menerapkan prinsip Etika Bisnis Islam, Sedangkan dari kajian terhadap dampak Etika Bisnis Islam terhadap Kesejahteraan, tidak semua Pedagang sapi yang ada di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok timur mendapatkan Kesejahteraan yang Islami karena belum memenuhi kebutuhan Dharuriyatnya (sholat dan haji). Sebagainnya lagi sudah mendapatkan kehidupan yang baik. Karena sudah dapat memenuhi kebutuhan Dharuriyatnya. Mereka telah mengatakan berbahagia, karena telah bersyukur atas rizqi yang diterimanya.

Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu dari Metodenya Kualitatif dan meneliti Etika Bisnis Islam serta dampaknya. Perbedaannya bagi Ahmad Hulaimi yaitu objek penelitiannya yang hanya berfokus pada Pedagang daging sapi di Kecamatan Masbagik namun bagi peneliti fokus terhadap Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka.

5. Amir Salim (2018) yang berjudul "*Analisis Pemahaman Dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas Di Kota Palembang*" dalam penelitian bahwa berdasarkan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman Etika Bisnis Islam Pedagang pengepul barang bekas diantaranya faktor Tauhid mempengaruhinya sebesar 78,38 % dan faktor Ihsan sebesar 79,79 %. Pada hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang pengepul barang bekas diantaranya faktor-faktor Keseimbangan mempengaruhinya sebesar

83,39 %, faktor Kehendak bebas sebesar 78,55 %, dan faktor Tanggung jawab sebesar 77,1 %. Dengan demikian, hasil penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang pengepul barang bekas dapat dikategorikan baik.

Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu meneliti Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam. Perbedaannya bagi Amir Salim yaitu pada objek penelitiannya yang berfokus pada Pedagang pengepul barang bekas di Kota Palembang namun bagi peneliti fokus terhadap Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka. Dan metode yang digunakan Amir Salim yaitu Metode Kausalitas atau sebab akibat namun bagi peneliti menggunakan Metode Kualitatif.

6. Dewi Maharani (2017) yang berjudul “*Penerapan Kejujuran Dan Tanggung Jawab Dalam Etika Bisnis Syariah Pada Wirausaha Muslim Di Kecamatan Medan Marelan*” dalam penelitian bahwa Wirausaha Muslim telah menerapkan dan tanggung jawab dalam kegiatan bisnisnya. Mereka menjalankan bisnis dengan tetap memakai aturan yang diperbolehkan ajaran agama. Kegiatan ini menjadikan wirausaha muslim menjadi lebih baik dalam mendalami Ilmu agama. Hal tersebut juga dapat dilihat dalam kegiatan bisnisnya. Pemahaman mereka tentang Etika Bisnis berbasis Syariah dapat dilihat dari kejujuran dalam menjual barang, produk yang diperjual belikan halal dan bertanggungjawab atas barang yang mereka perjual belikan.

Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu dari Metodenya Kualitatif dan meneliti Etika Bisnis Islam. Perbedaannya bagi Dewi Maharani yaitu objek penelitiannya fokus pada wirausahawan di Kecamatan Medan sedangkan bagi peneliti fokus terhadap Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka. Dan bagi Dewi Maharani yang menjadi fokus dalam Etika Bisnis Islam hanya kejujuran dan tanggung jawab namun bagi peneliti Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam yang salah satunya terdapat prinsip jujur.

7. Diny Duratul Ummah (2020) yang berjudul “*Perilaku Etika Bisnis Pedagang Sayur di Pasar Tradisional Manggis Tanggul Perspektif*”

Abu Hamid Muhammad Al Ghazali” dalam penelitian bahwa Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan secara umum para Pedagang sayur di Pasar Manggis Tanggul telah menerapkan perilaku Etika Bisnis dalam kegiatan bisnisnya diantaranya memulai usahanya dengan bacaan Basmalah, tidak mengurangi timbangan serta tidak mengambil keuntungan sangat banyak meskipun pada kenyataannya mereka tidak mengerti bahwa yang mereka lakukan adalah bagian dari Teori Etika Bisnis. Namun masih ada pedagang yang terkadang bersikap kasar kepada pembeli akibat memiliki masalah pribadi dengan keluarganya, hal tersebut dianggap telah menyalahi Etika Bisnis Islam. Salah satu prinsip yang harus dimiliki seorang pedagang muslim adalah bersikap baik agar setiap yang dikerjakan memberikan kemanfaatan kepada orang lain sehingga bisnis yang dilakukan tidak hanya memberikan keuntungan bagi diri sendiri akan tetapi juga kepentingan orang lain.

Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu dari Metodennya Kualitatif dan mengambil tempat penelitiannya sama-sama di Pasar hanya berbeda wilayah saja. Perbedaannya bagi Diny Duratul Ummah terletak pada perilaku pedagang berdasarkan Etika Bisnis Islam menurut perspektif Al-Ghazali namun peneliti berdasarkan Aksioma Etika Bisnis Islam menurut Syed Nawab Haidar Naqvi yang dimana dari Aksioma tersebut dijabarkan beberapa prinsip oleh Muhammad Djakfar dalam bukunya Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi.

E. Kerangka Pemikiran

Menurut Naqvi (Djakfar, 2012 :20) Titik sentral Etika Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Jika sekiranya manusia mempunyai kebebasan mutlak, maka ia berarti menyaingi kebebasan Tuhan. Dalam Etika Islam manusia adalah pusat ciptaan Tuhan.

Dalam Etika Bisnis, Syed Nawab Haidar Naqvi menyebutkan berbagai aksioma-aksioma etik dalam bisnis yaitu meliputi Pertama, Kesatuan (Ke-Esaan) menyadarkan manusia sebagai makhluk Ilahiyyah dengan demikian kegiatan bisnis tidak terlepas dari pengawasan Tuhan. (Arafik, 2017 :138)

Kedua, Keseimbangan dalam dunia bisnis berarti mengharuskan untuk berperilaku adil maksudnya disamping mendapatkan keuntungan tapi juga mendapatkan keberkahan. (Arafik, 2017 :139)

Ketiga, Kehendak bebas maksudnya harga sebuah komoditas ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Dalam hal ini pasar harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk dan keluarnya komoditas di Pasar sehingga menjamin adanya pendistribusian kekuatan ekonomi dalam sebuah mekanisme yang proporsional. (Arafik, 2017 :139)

Keempat, Tanggung jawab dalam hal ini manusia adalah mitra yang harus dihormati hak dan kewajibannya. Islam tidak pernah mentolerir pelanggaran atas hak dan kewajiban itu sehingga disinilah arti penting pertanggung jawaban yang harus dipikul manusia. (Djakfar, 2012 :26)

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam menurut (Djakfar, 2012: 34) yang memperjelas aksioma-aksioma etika bisnis diatas, yaitu sebagai berikut:

1. Orientasi Ibadah

Berorientasi pada ibadah kepada Allah Swt. Orientasi ini didapatkan dengan menjalankan bisnis yang dikerjakannya itu sebagai ladang ibadah dan menjadi pahala dihadapan Allah Swt. Hal ini terwujud jiks bisnis selalu mendasarkan pada aturan-Nya. (Zamzam&Arafik, 2020: 12)

2. Jujur

Dalam bisnis untuk membangun kerangka kepercayaan itu seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Kejujurann ini harus direalisasikan antara lain dalam praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan antara kepentingan pribadi maupun orang lain.

3. Menjual barang yang baik mutunya

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis.

4. Dilarang menggunakan sumpah

Adanya obral sumpah dalam hal ini mereka mengatakan sumpah untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya, hal tersebut dilarang karena akan menghilangkan keberkahan.

5. Murah hati

Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati misalnya dengan melakukan senyum karena merupakan wujud refleksi untuk menyejukan hati sehingga pembeli akan merasa senang dan bahkan bisa menjadi pelanggan.

6. Membangun hubungan baik

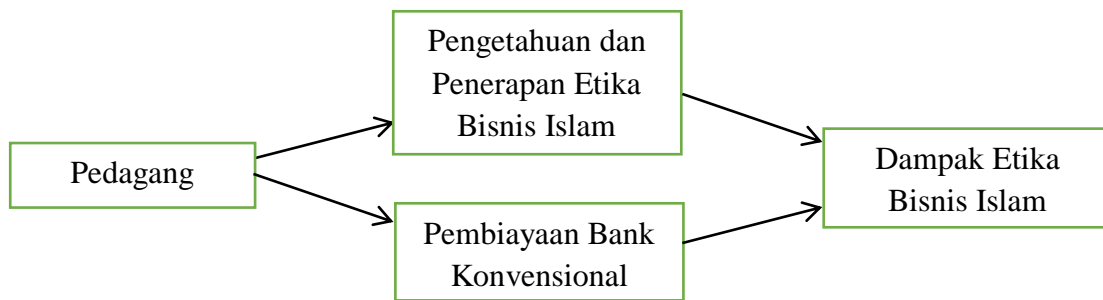
Dalam kaitan hubungan pribadi antar pelaku bisnis ini, hubungan pribadi menjadi sangat penting dalam mengembangkan ikatan perasaan dan kemanusiaan dan perlu diyakini secara timbal balik bahwa hubungan bisnis tidak akan berakhir segera setelah hubungan bisnis selesai. Ada nilai kebersamaan untuk saling menjaga jalinan kerja sama yang terbangun lewat silaturahmi.

7. Tertib administrasi

Dalam dunia bisnis adanya praktik pinjam meminjam merupakan hal yang wajar, Islam mengaturnya dengan mencatat dengan jujur.

8. Menetapkan harga

Menetapkan harga dengan wajar, dalam arti penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli. Sehingga perlu adanya penetapan harga dari pengelola pasar itu sendiri.



Gambar 1.1 : Skema Kerangka Pemikiran

Dari kerangka pemikiran diatas bahwa yang ingin penulis ketahui dari Pedagang yaitu Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Penerapan Etika Bisnis Islam dan hubungannya dalam Pembiayaan Bank Konvensional serta Dampaknya.

F. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Metode yaitu sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Dilihat dari segi metodologi, penelitian ini merupakan jenis Penelitian Kualitatif. Adapun Penelitian Kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, (Meleong & Lexy J, 2005 :4). Penelitian ini bersifat deskriptif dengan analisis data secara Induktif. Data yang terkumpul berbentuk kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah mengenai Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka.

2. Instrumen Penelitian

Dalam Penelitian Kualitatif, yang menjadi instrumen utama dalam penelitian adalah peneliti itu sendiri. Menurut Nasution dalam buku (Sugiyono, 2017: 224) Peneliti Sebagai Instrumen dapat segera menganalisis data yang diperoleh. Ia dapat menafsirkannya, melahirkan

hipotesis dengan segera untuk menentukan arah pengamatan, untuk mentest hipotesis yang timbul seketika.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka, yaitu hasil pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penulis secara langsung mengadakan wawancara dengan Pedagangnya.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kantor, atau buku-buku (kepustakaan), atau pihak lain yang mempunyai data yang terkait dengan objek yang akan diteliti. Adapun data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi terhadap karya tulis ilmiah, jurnal, dan dokumen yang berkaitan dengan topik yang sedang diteliti yaitu Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. (Sugiyono, 2017: 224) Penulis menggunakan beberapa cara dalam pengumpulan data, antara lain sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi digunakan oleh seorang peneliti ketika hendak mengetahui secara empiris tentang fenomena obyek yang diamati. Observasi adalah panca indra manusia (penglihatan dan pendengaran) diperlukan untuk menangkap gejala yang diamati. Apa yang dicatat lalu catatan tersebut dianalisis. Observasi dapat menjawab masalah penelitian (Meleong & Lexy J, 2005: 157). Dengan kata lain teknik pengumpulan data dengan metode ini sebagai salah satu cara penulis

untuk melihat secara langsung objek penelitian. Adapun yang menjadi objek observasi dalam penelitian ini adalah Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka dalam hal Etika Bisnis Islam di Pasar tersebut.

b. Interview/wawancara

Wawancara adalah suatu proses untuk memperoleh keterangan dari hasil penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara penanya dengan si penjawab (Nazir, 2005: 194) yang artinya penulis mencari informasi dengan bertanya langsung kepada Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka. Adapun pertanyaan yang diajukan yaitu tentang Etika Bisnis Islam di Pasar tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pencarian dan pengumpulan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku-buku, majalah, dokumen dan sebagainya (Kunto,1998: 145). Seperti dokumen tentang Pasar Prapatan Panjalin Majalengka.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut (Sugiyono, 2017 :245) yaitu sebagai berikut:

a. Analisis Sebelum di Lapangan

Penelitian Kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap hasil studi pendahuluan atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian.

b. Analisis Data di Lapangan

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

c. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan,

d. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

e. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

G. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal dari penelitian yang terdiri atas Judul, Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Literatur Review, Kerangka Pemikiran, Metodologi Penelitian dan Sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang relevan mengenai Etika Bisnis Islam, seperti Etika Bisnis Islam yang didalamnya terdapat pengertian, urgensi, aksioma dan prinsip-prinsipnya serta Aspek-aspek dari dampak menerapkan Etika Bisnis Islam, kemudian mengenai Bank Konvensional, lalu mengenai Pedagang didalamnya terdapat pengertian pedagang dan

yang terakhir Pasar yang didalamnya terdapat jenis-jenis pasar dan mekanisme pasar.

BAB III: KONDISI OBJEK PENELITIAN

Bab ini berisi tentang Kondisi Pasar Prapatan Panjalin Majalengka dimulai dari Letak dan kronomogis Pasar Prapatan, Staff dan Pegawai Pasar Prapatan, Keberadaan Parkir, Potensi Pasar Prapatan, Data Pedagang, Struktur Organisasi dan Gambaran Umum Pedagang/Responden.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil pembahasan yang sudah diteliti beserta analisisnya yaitu Pengetahuan dan Penerapan Pedagang Pasar Prapatan mengenai Etika Bisnis Islam, Dampak menerapkan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka dan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka dalam mengajukan Pembiayaan pada Bank Konvensional.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi Kesimpulan dan Saran yang berarti penulis telah berhasil melakukan penelitian mengenai Etika Bisnis Islam dan Dampaknya serta Pengajuan Pembiayaan Bank Konvensional Pada Pedagang di Pasar Prapatan Panjalin Majalengka.

