

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Praktek ekonomi secara sederhana dapat diterjemahkan sebagai perilaku individu atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dalam praktik keseharian ekonomi bisa diterjemahkan sebagai usaha dan upaya untuk memperoleh keuntungan dari pekerjaan yang dilakukan, baik yang terkait dengan barang komoditas maupun jasa dan pelayanan.¹ Persoalan dalam ekonomi yaitu bersumber dari keinginan dan kebutuhan manusia yang tidak terbatas, akan tetapi sumber-sumber untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan itu terbatas adanya,² sedangkan dalam ekonomi Islam pokok persoalannya yaitu keterbatasan kemampuan manusia untuk memperoleh sumber daya alam yang bersifat tidak terbatas.

Islam merupakan pedoman bagi manusia untuk bertindak, berinteraksi dan bergaul dengan manusia lainnya, salah satu bentuk interaksi tersebut ialah *mu'amalah* yang melibatkan berbagai pihak.³ Jual-beli (*al-bai'*) merupakan salah satu terminologi ilmu fikih yang ketentuannya bersumber dari Al-Quran dan Sunah, dari sudut historis merupakan kelanjutan dari

¹ Faqihuddin Abdul Kodir, *"Pertautan Teks dan Konteks dalam Fiqh Mu'amalah: Isu keluarga, Ekonomi dan Sosial"*, (Yogyakarta: Graha Cendekia, 2017), hlm. 9

² Detri Karya dan Syamri Syamsuddin, *"Makro Ekonomi Pengantar Untuk Manajemen"*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016), hlm. 15

³ Havis Aravik, *"Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi"*, (Malang: Empatdua, 2016), hlm. 1

syariat sebelum ajaran Islam yang diturunkan kepada Rasulullah,⁴ dalam konteks Islam jual beli diperbolehkan dengan syarat berada pada garis norma-norma yang telah ditetapkan oleh ajaran Islam.⁵ Seluruh aktivitas ekonomi seperti produksi, distribusi, konsumsi, impor, ekspor tidak lepas dari titik tolak ketuhanan dan tujuan akhirnya ialah Tuhan.⁶

Ekonomi Islam dimaknai sebagai ilmu ekonomi yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari bagi individu, kelompok, masyarakat maupun pemerintah. Secara normatif ekonomi Islam terikat dengan norma yang telah ada dalam ajaran dan masyarakat Islam, dan menjadi pedoman masyarakat Islam.⁷ Islam berbeda dengan materialisme salah satu pembeda ialah bahwa Islam tidak pernah memisahkan ekonomi dengan etika, sebagaimana tidak pernah memisahkan ilmu dengan akhlak atau etika, politik dengan etika, perang dengan etika. Islam adalah risalah yang diturunkan Allah melalui rasul-Nya untuk membenahi akhlak manusia.⁸

Etika menuntut seseorang agar bersikap rasional terhadap norma, sehingga etika akhirnya membantu manusia menjadi lebih otonom. Otonomi manusia tidak terletak pada kebebasan dari segala norma dan berbeda dengan kesewenang-wenang, melainkan tercapai dalam

⁴ Jaih Mubarak dan Hasanudin, *"Fikih Mua'malah Maliyyah: Akad Jual-Beli"*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, hlm. 1

⁵ Havis Aravik, *"Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi"*, (Malang: Empatdua, 2016), hlm. 1

⁶ Yusuf Qardhawi, *"Norma dan Etika Ekonomi Islam"*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2016), hlm. 15

⁷ Moh Faizal dan Havis Aravik, *"Islam Rahmatan Lil Alamien"*, (Palembang: Noer Fikri Offset, 2015), hlm. 111

⁸ Yusuf Qardhawi, *"Norma dan Etika Ekonomi Islam"*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2016), hlm. 35

kebebasan untuk mengakui normal-norma yang diyakininya sendiri sebagai kewajibannya,⁹ nilai-nilai yang terkandung pada agama atau budaya tertentu dapat mempengaruhi pemeluk dan masyarakatnya dalam kemajuan ekonomi mereka.¹⁰

Etika bisnis Islam yaitu akhlak dalam menjalankan perniagaan sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam menjalankan perniagaannya tidak memiliki kekhawatiran pada perbuatannya, karena telah diyakini sebagai suatu yang baik dan benar. Etika atau moral dalam islam merupakan hasil keimanan, keislaman, dan ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah.¹¹

Pemahaman akan pentingnya etika dalam melakukan bisnis sangat diperlukan dalam berhubungan dan membina bisnis kepada konsumen maupun sesama pelaku bisnis.¹² Etika bisnis merupakan aturan-aturan yang wajib dipatuhi oleh semua pelaku bisnis baik pemilik maupun seorang pekerja, dengan menerapkan etika bisnis maka jaminan akan keberlangsungan suatu bisnis akan terjamin, karena bisnis yang beretika memiliki citra yang baik di hadapan konsumen yang menjadi prioritasnya.¹³

⁹ Juhaya S. Praja, “*Aliran-Aliran Filsafat dan Etika*”, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014), hlm. 59-60

¹⁰ Ika Yunia Fauzia, “*Islamic Entrepreneurship: Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan*”, (Depok: Rajagrafindo Persada, 2019), hlm. 342

¹¹ Sofyan S. Harapan, “*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 69-70

¹² Ika Yunia Fauzia, “*Islamic Entrepreneurship: Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan*”, (Depok: Rajagrafindo Persada, 2019), hlm. 342

¹³ Hendi Prihanto, “*Etika Bisnis dan Profesi*”, (Depok: Rajagrafindo Persada, 2018), hlm. 52-53

Pedoman yang telah diberikan oleh Islam sudah teruji sangat sempurna oleh Rasulullah kurang-lebih selama dua puluh lima tahun ketika menjadi seorang pembisnis yang bereputasi dan disegani yang berdasarkan pada nilai-nilai ilahi,¹⁴ yang memiliki sifat *siddiq* (jujur), *amanah* (terpercaya), *fathanah* (cerdas) dan *tabligh* (komunikatif).¹⁵ Realias ini menjadi bukti bagi manusia bahwa etika yang diterapkan dengan nilai-nilai islam untuk membangun tata ekonomi baru yang akhirnya terwujud tata ekonomi yang berkeadilan.¹⁶ Ketidakadilan yang terjadi disuatu wilayah akan berkembang luas pada wilayah yang lain, dalam dunia bisnis semua nilai harus menyatu dengan keadilan sehingga menciptakan keadilan sosio-ekonomi.¹⁷

Seorang pembisnis selalu berprinsip bahwa apa yang dilakukannya merupakan sebuah usaha yang optimal, demi menghasilkan suatu nilai yang maksimal salah satunya dengan cara menerapkan etika,¹⁸ terdapat beberapa etika jual-beli diantaranya tidak terkandung penipuan (*al-khida'*), jujur dalam ber-*mu'amalah* (*shidq al-mu'amalah*), lemah-lembut dalam ber-*mu'amalah* (*al-samahah*), menghindari sumpah meskipun sumpah

¹⁴ Havis Aravik, "*Etika Berbisnis dalam Islam*", (Sriwijaya Post, Jum'at 7 November 2014), hlm. 9

¹⁵ Lalu Muh Shabiran, Titiek Herwanti dan Ihsan Rois, " Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur, *Jurnal Iqtishoduna*, 2017, 6 (2), hlm. 190-221

¹⁶ Muhammad Hidayat, "*Analisis Teoritis-Normatif MLM dalam Perspektif Islam*", (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 51

¹⁷ Umer Chapra, "*Towards a Just Monetary System*", (Depok: Gema Insani, Terjm: Ikhwan Abidin Basri, 2018), hlm. 20

¹⁸ Suryana, "*Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Usaha*", (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm 29

pedagang tersebut benar, penulisan hutang disertai saksi,¹⁹ diantara dalilnya adalah;

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ

أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾ أَلَا يَظُنُّ أُولَٰئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ ﴿٤﴾ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ ﴿٥﴾

يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾ [المطففين: 1-6]

Terjemahannya “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan pada suatu hari yang besar, (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam?” (QS. Al-Muthafiffin [83]: 1-6).

Ayat ini memberi peringatan keras kepada para pedagang yang curang, mereka mendapat predikat *muthafiffim* yang berasal dari kata *thafif* atau *thafafah*, yang memiliki arti pinggir atau bibir sesuatu, pedagang yang curang itu diberi nama *muthafif*, karena pedagang tersebut menimbang atau menakar sesuatu hanya sampai bibir timbangan, tidak sampai penuh hingga ke permukaan.²⁰ Praktik seperti ini akan menimbulkan dampak yang sangat buruk dalam perekonomian yaitu

¹⁹ Jaih Mubarak dan Hasanudin, “*Fikih Mua'malah Maliyyah: Akad Jual-Beli*”, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, hlm. 7-8

²⁰ Havis Aravik, “*Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi*”, (Malang: Empatdua, 2016), hlm. 51

timbulnya ketidakpercayaan pembeli terhadap para pedagang yang melakukan kecurangan,²¹ selanjutnya tentang jual beli yang dilakukan tanpa kejujuran dan melakukan sumpah Rasulullah bersabda :

“Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum terputus transaksi. Jika keduanya bersikap benar dan mau menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual-belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong, maka jika mereka mendapat keuntungan, hilanglah berkah jual-beli itu.”
(HR, Tirmidzi)

Salah satu permasalahan ekonomi Islam ialah adanya praktek-praktek perekonomian pada sebagian masyarakat yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam, diantaranya melakukan kecurangan dan penipuan, melakukan intimidasi.²² Peranan etika terkadang hanya menjadi bahan bacaan tidak untuk diimplementasikan, perkembangan ilmu etika belum memberikan dampak positif yang berarti bagi banyak kalangan,²³ pelaksanaan etika bisnis pada masyarakat sangat didambakan oleh seluruh masyarakat, khususnya masyarakat pedagang yang ada di pasar Kanoman Kota Cirebon yang notabene pelaku bisnisnya adalah masyarakat Islam yang agamis, namun berdasarkan faktanya masih banyak pelanggaran etika dalam melaksanakan bisnis, sehingga menimbulkan asumsi bahwa

pedagang yang ada di pasar Kanoman Kota Cirebon tidak ingin

²¹ Veithzal Rivai Amiur Nuruddin dan Faisar Ananda Arfa, *“Islamic Business and Economic Ethics: Mengacu pada Al-Quran dalam Bisnis, Keuangan dan Ekonomi”*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 411

²² Heri Irawan, *“Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai”* (Makkasar: Tesis, UIN Alauddin, 2017), hlm. 2

²³ Hendi Prihanto, *“Etika Bisnis dan Profesi”*, (Depok: Rajagrafindo Persada, 2018), hlm. 42

melaksanakan etika ini, sehingga mereka masih melanggar aturan berdagang, ataukah mereka paham tentang hal tersebut, tetapi mereka tidak ingin melaksanakan etika tersebut.²⁴

Pedoman-pedoman pokok yang harus dipegang pada saat akan membelanjakan harta bahwa kita harus mengetahui skala prioritas yang benar agar pembelanjaan tersebut dapat memberikan serta mendatangkan keberkahan. Prioritas utama dalam membelanjakan harta adalah untuk melaksanakan kewajiban, kemudian amalan sunnah, serta kemudian aktivitas mubah. Sedangkan aktifitas yang hukumnya makruh terutama yang hukumnya haram, maka tentunya harus kita tinggalkan. Konsumsi merupakan pengeluaran yang dilakukan dalam hal pemenuhan kebutuhan yang dalam Islam bertujuan dalam memelihara maqashid syariah, yaitu: agama, jiwa, akal, keluarga dan keturunan, dan harta. Al Ghazali berpendapat (Karim, 2007:62), “bahwa konsumen yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan (mashlahah) dengan melakukan dan pemeliharaan lima tujuan dasar (maqashid syariah), yang meliputi: agama (al-dien), jiwa (nafs), intelektual (aql), keluarga dan keturunan (nasl), dan harta (al-maal)”.

Penerapan etika bisnis Islam dan maqashid syariah dalam berbisnis sangatlah penting, karena dalam perdagangan memerlukan pelaku-pelaku yang memiliki sifat jujur, adil dan objektif sehingga tercapailah

²⁴ Buchari Alma, “*Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*” (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 47

keuntungan dikedua belah pihak (*win-win solution*).²⁵ Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut dengan melakukan penelitian dengan judul **“PEMAHAMAN MAQASHID SYARIAH DAN IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM OLEH PEDAGANG DI PASAR KANOMAN KOTA CIREBON DAN PENGARUHNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi Etika Bisnis Islam dan Maqashid Syariah pada pedagang di pasar Kanoman kota Cirebon?
2. Bagaimana pengaruh Maqashid Syariah terhadap Keputusan Pembelian di pasar Kanoman kota Cirebon?
3. Bagaimana pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Keputusan Pembelian di pasar Kanoman kota Cirebon?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui bagaimana konsep etika bisnis dalam perspektif Islam.
 - b. Untuk mengetahui bagaimana pemahaman etika bisnis Islam pada pedagang di pasar Kanoman Kota Cirebon.

²⁵ Hasan Aedi, “*Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*”, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 7

- c. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam pada pedagang di pasar Kanoman Kota Cirebon.
- d. Untuk mengetahui implementasi etika bisnis Islam pada pedagang di pasar Kanoman Kota Cirebon.

2. Manfaat penelitian

- a. Kegunaan teoritis, penulisan ini diharapkan dapat berguna bagi penulis khususnya, menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan secara teoritis mengenai etika bisnis islam dan faktor-faktornya pada pedagang.
- b. Kegunaan praktis, penulisan ini diharapkan menjadi pedoman bagi pedagang dalam menerapkan etika bisnis islam khususnya, para pedagang di pasar Kanoman Kota Cirebon.

D. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dimaksudkan sebagai kebutuhan yang berguna untuk memberikan kejelasan dan batasan pemahaman informasi, serta untuk mengkaji kedudukan penelitian antara tulisan dan fakta yang didapat dari penelitian-penelitian yang berkaitan dengan etika bisnis islam. Karya ilmiah, jurnal atau tesis terdahulu yang membahas etika bisnis islam adalah sebagai berikut:

- 1. Sri Lestari, dengan judul analisis perilaku konsumen dalam pembelian sepeda motor Yamaha mio di kota Surakarta. Tesis ini

membahas terdapat pengaruh signifikan terhadap antara sikap dan norma subjektif terhadap minat pembeli sepeda motor Yamaha mio di kota Surakarta secara Bersama-sama atau serentak.²⁶

2. Yusuf Qardhawi, dengan judul buku Norma Dan Etika Ekonomi Islam, buku ini membahas tentang norma dan akhlak pada sistem perekonomian yang berlandaskan pada etika dalam bidang produksi, konsumsi dan distribusi, termasuk di dalamnya etika dalam melaksanakan perdagangan dalam perspektif islam.²⁷
3. Syed Nawab Haider Naqvi, dengan judul buku Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, buku ini membahas tentang aksioma-aksioma dasar etika bisnis dalam islam yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan atau kesejajaran (*al-'adl wal ihsan*), kehendak bebas (*ikhtiyar*) dan tanggung-jawab (*fardh*).²⁸
4. Havis Aravik, dengan judul buku Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Pemikir Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi, buku ini menjelaskan konsep, teori dan aplikasi etika bisnis islam dalam kehidupan, termasuk fakta sukses Rasulullah sebagai seorang pedagang yang memiliki sifat kejujuran

²⁶ Sri Lestari, “*analisis perilaku konsumen dalam pembelian sepeda motor Yamaha mio di kota Surakarta*”, Tesis Tahun 2008.

²⁷ Yusuf Qardhawi, “*Norma dan Etika Ekonomi Islam*”, (Jakarta: Gema Insani Press, 2016).

²⁸ Syed Nawab Haider Naqvi, “*Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*” (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), Penerjemah: M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin

(*shiddiq*), kredibilitas atau terpercaya (*amanah*), intelektualitas atau kecerdikan (*fathanah*), komunikatif (*tabligh*).²⁹

5. Shabiran, Herwanti dan Rois, jurnal ini berjudul Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur, hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan diskripsi dari hasil analisis penelitian etika bisnis pedagang ditemukan bahwa etika bisnis pedagang belum sesuai yang diajarkan Rasulullah seperti kejujuran (*shiddiq*), kredibilitas atau terpercaya (*amanah*), intelektualitas atau kecerdikan (*fathanah*), komunikatif (*tabligh*).³⁰
6. Khoirozzadit Taqwa, jurnal ini berjudul kajian maqashid Syariah pada pedagang di pasar kidul bangil. Hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan diskripsi dari hasil analisis penelitian ditemukan bahwa pedagang pasar bangil telah memenuhi kelima unsur maqashid Syariah yang terdiri dari : pemenuhan makan dan minum demi terjaganya eksistensi jiwa, menghindari diri dari barang yang dapat merusak akal, tidak ditemukanya pedagang yang menjual barang yang dilarang oleh agama.³¹

²⁹ Havis Aravik, "Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi", (Malang: Empatdua, 2016)

³⁰ Lalu Muh Shabiran, Titiek Herwanti dan Ihsan Rois, " Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur, Jurnal Iqtishoduna, 2017, 6 (2), 190-221

³¹ Khoirozzadit Taqwa, "Maqashid Syariah Pada Pedagang Di Pasar Kidul Bangil", *Jurnal Ekonomi Islam*, hlm. 1-11

Beberapa karya ilmiah, buku dan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, terdapat relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, walaupun berbagai karya ilmiah tersebut memiliki ciri khas dan fokus masing-masing yang berbeda pada penelitian ini, dalam proposal tesis ini penulis lebih memfokuskan penerapan Etika Bisnis Islam, Maqashid Syariah dan faktor-faktor yang mempengaruhinya pada para pedagang yang menempati kios-kios yang ada di pasar Kanoman Kota Cirebon.

E. Kerangka Pemikiran

Etika secara etimologi berasal dari kata *ethos* dalam bahasa Yunani Kuno yang memiliki arti karakter (*character*), tabiat moral (*moral nature*) atau keyakinan yang membimbing seseorang (*guiding beliefs of a person*),³² etika juga berasal dari bahasa latin yaitu *mores* yang memiliki arti kebiasaan (*custom*), sementara dalam bahasa Arab dari kata akhlak bentuk jamak dari *khuluq* yang memiliki arti budi pekerti,³³ adapun dalam kamus besar bahasa indonesia mengartikan etika sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral.³⁴

Etika secara terminologi yaitu nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pedoman bagi seseorang atau suatu kelompok yang mengatur

³² Faisal Badroen, Arief Mufaeni dan Kawan-Kawan, “Etika Bisnis Dalam Islam”, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2006), hlm. 4

³³ Muljadi, “Etika dan Komunikasi Bisnis Islam”, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2019), hlm. 39

³⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Etika>, tanggal 4 Juli 2019, Pukul 22.10 WIB

tingkah lakunya yang dapat disebut dengan kode etik ataupun ilmu yang mempelajari tentang baik dan buruk,³⁵ oleh karena itu etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu generasi ke generasi lainnya,³⁶ bahasan tentang etika sering berdampingan dengan bahasan tentang kepercayaan (*trust*), seperti yang dikemukakan oleh Fauzia (2017) bahwa etika berhubungan dengan bagaimana cara seorang pembisnis membangun kepercayaan dengan karyawan, rekan bisnis dan pembeli.³⁷

Al-Qur'an biasa menggunakan istilah *al-tijarah*, *al-bai'*, *isyatara* ketika merujuk pada segala aktivitas bisnis, tetapi yang sering digunakan adalah *al-tijarah* yang memiliki makna berdagang atau perniagaan, pada prinsipnya *term* bisnis pada Al-Qur'an dari *tijarah* tidak semata-mata bersifat materil dan hanya bertujuan mencari keuntungan material semata seperti kaum materialisme, tetapi bersifat material sekaligus immaterial.³⁸ Kegiatan bisnis dalam pandangan Islam bukanlah tujuan akhir dari kehidupan, tetapi suatu pelengkap kehidupan dan sarana untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi, dengan salah satu caranya yaitu menjaga etika bisnis.³⁹

Persaingan dalam bisnis merupakan hal yang alamiah, untuk memperoleh keuntungan yang tinggi, akan-tetapi persaingan bisnis dalam

³⁵ Keen Bertens, "*Pengantar Etika Bisnis*", (Yogyakarta: Kanisius, 2013) 3-5

³⁶ Agus Arijanto, "*Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*", (Depok: Rajagrafindo Persada, 2017), 5

³⁷ Ika Yunia Fauzia, "*Etika Bisnis dalam Islam*", (Jakarta: Kencana, 2017)

³⁸ Joni Hendra, Abd Wahid dan Haris Riadi, "*Etika Bisnis Islam*", (Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari, 2018), 28

³⁹ Ika Yunia fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, "*Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid Al-Syari'ah*", (Jakarta: Kencana, 2015), 10-11

islam dilakukan dengan baik, baik dalam tataran tujuannya maupun dalam caranya,⁴⁰ karena itu setiap kegiatan bisnis dalam islam selalu memiliki etika yang harus menjadi acuan dan dijadikan dasar bisnis tersebut, etika bisnis tersebut antara lain:⁴¹

1. *Shiddiq* (Kejujuran)

Jujur salah satu kosakata yang sangat populer dan sudah lama dipakai oleh bangsa Indonesia untuk menunjuk pada orang yang lurus hatinya, tidak curang, tulus dan ikhlas,⁴² jujur yaitu kesesuaian antara hati dengan ucapan sehingga jika salah satu syarat tersebut hilang maka tidak dapat dikatakan sebagai kejujuran,⁴³ Rasulullah sebelum diangkat menjadi Nabi dan Rasul telah mendapatkan gelar “al-amin” (seorang yang jujur), karena sifat jujur telah mendarah daging di dalam dirinya tidak dapat dipisahkan lagi darinya. dalam doktrin Islam kejujuran merupakan syarat yang sangat mendasar dalam kegiatan bisnis, Rasulullah sangat intens mengajarkan kejujuran dalam aktivitas bisnis.⁴⁴ Rasulullah selaku pembisnis beliau menerapkan aktivitas ekonomi yang berlandaskan kejujuran sehingga beliau memuliakan orang-orang yang jujur dalam aktivitas bisnisnya sebagaimana sabdanya:

⁴⁰ Musya Asy'arie, “Islam: Etika dan Konspirasi Bisnis”, (Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam, 2016), 56

⁴¹ Havis Aravik, “Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi”, (Malang: Empatdua, 2016), 30

⁴² Anton M. Moeliono, “Kamus Besar Bahasa Indonesia”, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), hlm. 367

⁴³ Basse Tanri Akko dan Muhaemin, “Pengaruh Pendidikan Agama Islam Terhadap Akhlak (Prilaku Jujur), Jurnal Iqro, 2018, (1), 1, 55-70

⁴⁴ Muhammad Nizar, “Prinsip Kejujuran dalam Perdagangan Versi Islam”, *Jurnal Istiqro*, 2018, (4) 1, 94-102

“Pembisnis yang jujur dan terpercaya akan bergabung dengan para Nabi, orang-orang yang benar (shiddiqin) dan para Shuhada pada hari kiamat.” [Hr. Al-Turmudzi]

Orang-orang yang akidahnya telah tertanam didalam dirinya dengan kokoh sangat sulit untuk tidak berbuat jujur dalam aktivitas bisnis, semakin besar keimanan seseorang maka semakin kuat kejujurannya,⁴⁵ sebagaimana hadist nabi:

“Tidak ada iman tanpa kejujuran, tidak ada agama tanpa setia pada janji.” [Hr. Ahmad]

Menerapkan kejujuran dalam menjalankan aktivitas bisnis akan mendatangkan keberkahan bagi penjual maupun pembeli sebagaimana hadist Nabi:

“Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benarr dan mau menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan keberkahan dari jual-belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong, maka jika mereka mendapatkan keuntungan hilanglah berkah jual-beli itu” [Hr. Muslim]

2. Terpercaya (*amanah*)

Amanah secara etimologi berasal dari kata *amina* yang memiliki arti aman dan dipercaya, adapun secara terminologi amanah yaitu mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang

⁴⁵ Nashruddin Baidan dan Erwati Aziz, *“Etika Islam dalam Berbisnis”*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), hlm. 144

lain baik berupa harga maupun upah para pekerja.⁴⁶ Sifat amanah merupakan karakter utama seorang pembisnis khususnya seorang pelaku ekonomi syariah, sifat ini menduduki posisi yang paling penting dalam ekonomi dan bisnis,⁴⁷ jika konsumen terpenuhi kebutuhan dan keinginannya dan benar-benar yang dicapai manakala pembisnis secara fundamental melekkan sifat amanah pada seluruh personalia yang ada dalam pengelola bisnis.⁴⁸

Melaksanakan amanah merupakan etika yang mulia, Allah akan hadir diantara mereka jika tidak ada khianat disalah satu dari mereka, sebagaimana firman Allah dalam hadist Qudsi:

“Aku adalah yang ketiga dari dua orang yg berserikat, selama salah satu dari keduanya tidak mengkhianati temannya, apabila salah satu dari keduanya berkhianat, Aku keluar dari mereka dan datanglah setan.” [Hr. Abu daud dan Hakim]

3. *Fathanah* (Intelektualitas)

Secara bahasa cerdas (*fathanah*), yaitu cepat mengerti (tentang situasi dan sebagainya) dan pandai mencari solusi untuk permasalahan tersebut,⁴⁹ kemampuan teknis atau kecerdikan yang terkait dengan kegiatan bisnis sangat dibutuhkan mengingat praktik bisnis Rasulullah, dimana beliau mengenal dengan baik pasar dan tempat perdagangan di

⁴⁶ Yusuf Qardhawi, “Norma dan Etika Ekonomi Islam”, (Jakarta: Gema Insani Press, 2016), hlm. 161

⁴⁷ Havis Aravik, “Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi”, (Malang: Empatdua, 2016), hlm. 30

⁴⁸ Muslich, “Etika Bisnis Islami”, (Yogyakarta: Ekonisia, 2010), hlm. 125

⁴⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Cerdik>, tanggal 8 Juli 2019, Pukul 09.30 WIB

Jazirah Arab dan juga mengetahui seluk-beluk aktivitas perdagangan dan perekonomian. Dia pun mengetahui untungnya perdagangan dan bahanya riba sehingga menganjurkan jual-beli dan menghapuskan sistem riba.⁵⁰

Sifat ini mengharuskan kegiatan ekonomi dan bisnis didasarkan dengan ilmu, *skills*, jujur, benar, kredibel dan bertanggung-jawab, para pelaku bisnis harus cerdas dan kaya wawasan untuk bisnis yang dikelola dapat efektif dan efisien sehingga mendapatkan keuntungan maksimum dalam tingkat risiko yang rendah.⁵¹

4. *Tabligh* (Komunikatif)

Komunikatif merupakan kemampuan untuk menerapkan kaidah gramatikal suatu bahasa dalam membentuk kalimat yang baik, dengan bekal ini seseorang dapat menyampaikan atau menginterpretasikan suatu pesan,⁵² sifat ini bermakna bahwa para pelaku usaha ekonomi islam atau pebisnis harus memiliki komunikasi yang handal dalam mengelola bisnisnya sehingga mampu mendapatkan keuntungan darinya,⁵³ sebagaimana firmah Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ [الأحزاب: 70-70]

⁵⁰ Muhammad Syafe'i Antonio, "Muhammad saw: *Super leader Super Manager*", (Jakarta: Tazkia Multimedia dan ProLM Centre, 2007), hlm. 89-90

⁵¹ Havis Aravik, "Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi", (Malang: Empatdua, 2016), hlm. 30

⁵² Ahmad Muradi, " Pendekatan Komunikatif dalam Pembelajaran Bahasa Arab", (Jurnal Arabiat, 2014), (1), 1, 29-48

⁵³ Havis Aravik, "Ekonomi Islam: Konsep, Teori dan Aplikasi serta Pandangan Ekonomi Islam dari Abu Ubaid Sampai Al-Maududi", (Malang: Empatdua, 2016), hlm. 30

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar.*” (Qs. Al-Ahzab:70)

Kalimat *qaulan syadida* mengandung arti pembicaraan yang benar, jujur, konsisten dan terkendali atau tidak berbelit-belit, maka yang menjadi prinsip pertama dalam komunikasi perspektif Al-Qur'an adalah berkata yang benar dan menghindari kebohongan sehingga ucapan yang disampaikan membuat kesejukan didalam hati yang menjadi sasaran informasi.⁵⁴

5. Aksioma Etika Bisnis Islam

Islam sebagai suatu ajaran ilahi yang bersumber dari wahyu terkandung nilai-nilai universal ajarannya bagi kehidupan manusia baik dalam aktivitas kegiatan politik, sosial, budaya, ekonomi dan lainnya,⁵⁵ ajaran islam tentang manusia dalam hubungannya dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat direpresentasikan dengan empat aksioma etik yaitu ketuhanan (*tauhid*), kesetimbangan atau kesejajaran (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan (*responsibility*).⁵⁶

a. Ketuhanan (*Tauhid*)

⁵⁴ Muljadi, “Etika dan Komunikasi Bisnis Islam”, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2019), hlm. 53-54

⁵⁵ Abdul Aziz dan Mariyah Ulfah, “Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer”, (Bandung: Alfabeta, 2010), 40

⁵⁶ Syed Nawab Haider Naqvi, “Menggagas Ilmu Ekonomi Islam” (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), Penerjemah: M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, 37

Sumber utama etika Islam adalah kepercayaan secara total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan, kenyataan ini menunjukkan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan institusi-institusi sosial yang terbatas dan tidak sempurna dengan Dzat yang sempurna dan tidak terbatas, hubungan vertikal ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa adanya syarat di hadapan Tuhan,⁵⁷ sebagaimana firman-Nya:

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾ [الأنعام: 162-162]

Artinya : *“Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.”* (Qs. Al-An’am: 162)

Tauhid merupakan konsep serba eksklusif dan serba inklusif, pada tingkat absolut ia membedakan *Khaliq* dengan makhluk (selain Allah), memerlukan penyerahan tanpa syarat pada kehendak-Nya, tetapi pada eksistensi manusia memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat sebab seluruh makhluk (umat manusia) dipersatukan pada ketaatan kepada Allah semata.⁵⁸

Kewajiban etis manusia untuk menghamba adalah dengan tunduk dan taat pada Allah, terbawa oleh kodrat manusia sebagai ciptaan Allah, seperti yang dijelaskan oleh ayat berikut ini:

⁵⁷ Muhammad Djakfar, “Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi”, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 22

⁵⁸ R. Lukman fauroni, “Etika Bisnis dalam Al-Qur’an”, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2019), 144

ذَٰلِكُمُ اللَّهُ رَبُّكُمْ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ خَلَقَ كُلَّ شَيْءٍ فَأَعْبُدُوهُ وَهُوَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ

وَكَيْلٌ ﴿١٠٢﴾ [الأنعام: 102-102]

Artinya: “Yang memiliki sifat-sifat yang demikian itu ialah Allah Tuhan kamu; tidak ada Tuhan selain dia; Pencipta segala sesuatu, Maka sembahlah dia; dan Dia adalah pemelihara segala sesuatu.” (Qs. Al-An’am: 102)⁵⁹

Perhatian secara terus-menerus untuk memenuhi tuntutan etika akan meningkatkan kesadaran individual yang pada gilirannya akan memperoleh kekuatan dan ketulusan instink altruistiknya, baik pada tahap sesama manusia maupun pada tingkat yang lanjut yaitu alam lingkungannya, hal ini akan semakin kuat dan mantap jika dimotivasi oleh perasaan *tauhid* kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga melakukan segala bentuk aktivitas bisnis tidak menyimpang dari segala aturan-aturan yang telah ditetapkan-Nya.⁶⁰

b. Keseimbangan (*Equilibrium* atau Adil)

Keseimbangan (*equilibrium*) atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada tatanan alam semesta, hukum dan tatanan yang kita lihat pada alam semesta

⁵⁹ Musya Asy’arie, “Islam: Etika dan Konspirasi Bisnis”, (Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam, 2016), 9

⁶⁰ Rafik Issa Beekun, “Etika Bisnis Islam”, Terjm: Muhammad, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 33

mencerminkan kesetimbangan yang harmonis,⁶¹ menurut Islam adil merupakan norma paling utama dalam seluruh aspek bisnis, hal itu dapat kita tangkap dalam pesan Al-Qur'an yang menjadikan adil sebagai tujuan agama samawi, bahkan adil adalah salah satu asma Allah, Dia menyukai orang-orang yang memiliki sifat adil dan sangat membenci kezaliman, sebagaimana firman-Nya:

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أُولَئِكَ يُعْرَضُونَ عَلَى رَبِّهِمْ وَيَقُولُ

الْأَشْهَدُ هَؤُلَاءِ الَّذِينَ كَذَبُوا عَلَى رَبِّهِمْ أَلَا لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ ﴿١٨﴾

[هود: 18-18]

Artinya : *“Dan siapakah yang lebih zalim daripada orang yang membuat-buat Dusta terhadap Allah?. mereka itu akan dihadapkan kepada Tuhan mereka, dan Para saksi akan berkata: "Orang-orang Inilah yang telah berdusta terhadap Tuhan mereka". Ingatlah, kutukan Allah (ditimpakan) atas orang-orang yang zalim.”* (Qs. Hud: 18)⁶²

Kecurangan dalam berbisnis adalah sebuah tanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci sebuah keberhasilan bisnis ialah kepercayaan, Allah memerintahkan muslimin untuk

⁶¹ Syed Nawab Haider Naqvi, “Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami”, Terj: Husin Anis dan Asep Hikmat, (Bandung: Mizan, 1985), 80-82

⁶² Yusuf Qardhawi, “Norma dan Etika Ekonomi Islam”, (Jakarta: Gema Insani Press, 2016), 165

menimbang dan mengukur dengan cara yang benar, tidak diperbolehkan untuk mengurangi takaran, sebagaimana firman-Nya:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ

تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾ [الإسراء: 35-35]

Artinya : *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”* (Qs. Al-Israa’: 35)

Islam mengharuskan berbuat adil dalam beraktivitas di dunia kerja maupun bisnis, tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai, sebagaimana firman-Nya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ

شَيْنٌ ءَانُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ؕ اْعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ

اللَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾ [المائدة: 8-8]

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu*

terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Qs. Al-Maidah: 8)⁶³

Islam sebagai *way of life* menawarkan sebuah ajaran keseimbangan yang tidak menentang keberadaan harta dan tidak pula menempatkan harta-benda di atas segalanya, namun lebih memposisikan harta-benda tersebut secara fungsional dan proporsional, yang memiliki arti bahwa harta-benda tidak mungkin diabaikan karena merupakan sarana utama menopang kehidupan dunia.⁶⁴

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Salah satu kontribusi Islam yang orisinil dalam kehidupan sosial adalah sebuah konsep mengenai kebebasan manusia dalam bertindak, walaupun hanya Tuhanlah yang berhak bebas, akan-tetapi dalam batas-batas skema penciptaan-Nya manusia secara relatif juga memiliki kebebasan,⁶⁵ kebebasan memiliki arti bahwa manusia memiliki kebebasan untuk melakukan aktivitas bisnis, dalam

⁶³ Joni Hendra, Abd Wahid dan Haris Riadi, “Etika Bisnis Islam”, (Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari, 2018), hlm. 64-65

⁶⁴ Arifin Hamid, “Hukum Ekonomi Islam (Ekonomi Syariah) Di Indonesia: Aplikasi dan Pespektifnya”, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), hlm. 114-115

⁶⁵ Syed Nawab Haider Naqvi, “Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami”, Terj: Husin Anis dan Asep Hikmat, (Bandung: Mizan, 1985), hlm. 82-83

ekonomi manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam ataupun tidak mengimplementasikannya.⁶⁶ Seorang muslim yang percaya pada kehendak Allah, akan memuliakan janji yang telah dibuatnya dengan demikian, kebebasan kehendak berhubungan serta dengan kesatuan dan kesetimbangan, Allah berfirman:

وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ ۖ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ ۚ إِنَّا أَعْتَدْنَا لِلظَّالِمِينَ نَارًا أَحَاطَ بِهِمْ سُرَادِقُهَا وَإِنْ يَسْتَغِيثُوا يُغَاثُوا بِمَاءٍ كَالْمُهْلِ يَشْوِي الْوُجُوهَ بِئْسَ الشَّرَابُ وَسَاءَتْ مُرْتَفَقًا ﴿٢٩﴾ [الكهف: 29-29]

Artinya : *“Dan Katakanlah: "Kebenaran itu datangnnya dari Tuhanmu; Maka Barangsiapa yang ingin (beriman) hendaklah ia beriman, dan Barangsiapa yang ingin (kafir) Biarlah ia kafir". Sesungguhnya Kami telah sediakan bagi orang orang zalim itu neraka, yang gejolaknya mengepung mereka. dan jika mereka meminta minum, niscaya mereka akan diberi minum dengan air seperti besi yang mendidih yang menghanguskan muka. Itulah minuman yang paling buruk dan tempat istirahat yang paling jelek.” (Qs, Al-Kahfi: 29)*⁶⁷

⁶⁶ Miftakhul Huda, “Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam”, (Jurnal El-Faqih, 2019), (5), 1, hlm. 93-111

⁶⁷ R. Lukman fauroni, “Etika Bisnis dalam Al-Qur’an”, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2019), 151-152

d. Pertanggung-Jawaban (*Responsibility*)

Tanggung-jawab merupakan isu penting selain kejujuran dan keadilan yang marak diwacanakan menyangkut bisnis, secara kodrati penegakkan suatu norma moral akan menjadi kian mendesak jika pada saat norma moral tersebut semakin tidak diterapkan, demikian halnya dengan tanggung-jawab dalam dunia bisnis terhadap kualitas produk, pelayanan terhadap konsumen semakin diwacanakan karena tanggung-jawab semakin tidak diindahkan.⁶⁸ Kebebasan dalam melakukan bisnis oleh manusia tidak lepas dari pertanggung-jawaban yang harus diberikan atas aktivitas bisnis yang dilakukan, kebebasan yang tidak terbatas adalah suatu hal yang mustahil karena kebebasan yang tidak terbatas akan menghasilkan pertanggung-jawaban yang tidak terbatas atau nihil, ini merupakan sebuah kontra-diksi karena kebebasan harus diimbangi dengan pertanggung-jawaban,⁶⁹ sebagaimana firman-Nya:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾ [الْمُدَّثَّر: 38-39]

Artinya :*“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.”* (Qs. Al-Muddatstsir: 38)

⁶⁸ L. Sinuor Yosephus, *“Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer”*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), 179

⁶⁹ Syed Nawab Haider Naqvi, *“Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami”*, Terj: Husin Anis dan Asep Hikmat, (Bandung: Mizan, 1985), 86

Sebuah tempat usaha yang mendahulukan prinsip tanggung-jawab biasanya akan lebih dicari dari pada tempat usaha yang kurang bertanggung-jawab, tanggung jawab ini menyangkut mutu barang yang dibeli atau hasil perbaikan barang yang digunakan.⁷⁰

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya tindakan, motivasi, persepsi, perilaku dan lainnya secara holistik atau bersifat keseluruhan,⁷¹ dan diolah dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah serta dengan memanfaatkan metode alamiah.⁷² Penelitian lapangan ini dilakukan di Pasar Kanoman Kota Cirebon, peneliti memilih lokasi tersebut karena terletak dipusat Kota Cirebon dan memiliki sejarah keislaman. Metode penelitian kualitatif ini dipilih karena penulis ingin memperoleh deskripsi tentang implementasi bisnis islam pada pedagang di pasar Kanoman Kota Cirebon.⁷³

⁷⁰ William Chang, "Etika dan Etiket Bisnis", (Yogyakarta: PT Kanisius, 2016), 91-92

⁷¹ Tohirin, "Metode Penelitian Kualitatif dalam pendidikan dan Bimbingan Konsling, (Jakarta: Rajagrafindo, 2012), 3

⁷² Lexy J. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 6

⁷³ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung: Alfabeta, 2013),

a. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dapat diterjemahkan sebagai usaha dalam aktivitas penelitian agar mengadakan hubungan-hubungan dengan objek yang diteliti⁷⁴, adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Pendekatan Teologis Normatif, pendekatan ini digunakan menganalisa ketentuan-ketentuan hukum yang bersumber pada Al-Qur'an dan hadits yang berkaitan dengan etika bisnis.
- 2) Pendekatan Sosiologis, yaitu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis tentang keadaan masyarakat yang berada di Pasar Kanoman Kota Cirebon dengan struktur dan berbagai gejala-gejala sosial yang berhubungan dengan penelitian ini.
- 3) Pendekatan fenomenologi, pendekatan ini digunakan untuk mengungkap fakta-fakta, gejala maupun peristiwa secara obyektif yang berhubungan dengan penelitian ini yang bentuk keadaanya dapat diamati dan dinilai dengan kecamata ilmiah.
- 4) Ketiga pendekatan ini digunakan dikarenakan, penulis menganggap pendekatan diatas adalah yang paling tepat digunakan karena bersifat pedoman, sosial dan obyektif, didalam mengungkap berbagai macam hal yang berdasarkan dengan objek dan masalah penelitian.

⁷⁴ Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik", (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 108

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian terdiri dari dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.⁷⁵

- 1) Sumber data Primer dalam penelitian ini adalah bersumber data yang diperoleh langsung dari informan di lapangan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, adapun informan dalam penelitian ini adalah para pedagang muslim yang berjualan di kios-kios pasar Kanoman Kota Cirebon yang terdaftar di kantor pasar Kanoman kota Cirebon.
- 2) Sumber data Sekunder dalam penelitian ini, berupa dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian ini seperti buku tentang etika bisnis islam yang digagas oleh Syed Nawab Haider Naqvi, serta dokumentasi penting yang berhubungan erat dengan permasalahan penelitian ini.

c. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Observasi, yaitu pengamatan yang dilakukan secara sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis yang kemudian dilakukan pencatatan oleh peneliti sesuai dengan format diobservasikan.⁷⁶ Pengamatan yang dilakukan oleh

⁷⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, "Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), 170

⁷⁶ Joko Subagyo, "Metode Penelitian dalam teoti dan Praktik", (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), 63

penulis dalam penelitian ini yaitu mengenai implementasi bisnis Islam yang telah diajarkan oleh ajaran Islam, apakah telah diimplementasikan atau tidak oleh para pedagang di Pasar Kanoman Kota Cirebon.

- 2) Wawancara, yaitu percakapan dengan maksud khusus yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara dan yang diwawancarai yang memberikan jawab atas pertanyaan-pertanyaan tersebut, dalam hal ini penulis akan mewawancarai pihak-pihak yang terkait seperti pedagang di pasar Kanoman Kota Cirebon dan sebagai penguat dari data yang diperoleh penulis akan mewawancarai pembeli di pasar Kanoman Kota Cirebon sebagai bentuk konfirmasi ⁷⁷dari data tersebut, peneliti akan merekan wawancara tersebut untuk keperluan pengolahan data yang lebih valid
- 3) Dekomentasi, yaitu memperoleh data dengan mempelajari dan mencatat buku-buku, arsip atau dokumen, foto dan hal-hal yang berhubungan dengan objek penelitian yang merupakan pelengkap dalam penelitian kualitatif setelah teknik observasi dan wawancara.

d. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data merupakan proses penelaan dan penyusunan secara sistematis atas semua catatan hasil pengamatan di lapangan,

⁷⁷ A. Kadir Ahmad, "Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Makasar: Indobis Media Centre, 2003), 106

transkrip wawancara, dan data-data lainya yang dihimpun agar memperoleh pengetahuan dan pengalaman mengenai data tersebut dan mengkomunikasikan apa yang telah ditemukan dari penelitian,⁷⁸ dengan demikian analisis pengolahan data yang penulis lakukan dengan menganalisa data hasil observasi, dan wawancara secara mendalam, kemudian penulis memilih data yang dianggap lebih relevan dan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini, setelah itu penulis menyajikan hasil penelitian sebagai bagian akhir dari penulisan ini.

e. Pengujian Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data pada penelitian ini dengan melakukan pengamatan secara mendalam dan seksama, cermat dan berkesinambungan dengan menggunakan metode triangulasi, yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda, membandingkan hasil observasi dengan data hasil wawancara, kemudian membandingkan kembali hasil wawancara dengan data dokumentasi.⁷⁹ Melakukan serangkaian tersebut diharapkan mendapatkan data akhir yang lebih bersinambungan dan sesuai dengan fakta yang ada dilapangan, sehingga didalam penarikan kesimpulan penulis lebih tersistematis dan tepat sasaran

⁷⁸ Neong Muhajir, "Metodologi Penelitian Kualitatif", (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996), 67

⁷⁹ Lexy J. Moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 330-331

sehingga data yang dideskripsikan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini tentu mempunyai sistematika pembahasan, pada penelitian ini nantinya terdiri dari lima bab pembahasan, adapun kandungan dalam lima bahasan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Bab I membahas mengenai pendahuluan, di dalamnya terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II membahas mengenai kajian teoritis, di dalamnya membahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian, yaitu teori Maqashid Syariah, Etika Bisnis Islam dan Keputusan Pembelian.

Bab III membahas mengenai objek penelitian, di dalamnya membahas mengenai instrument penelitian, teknik analisis data, uji asumsi klasik, sumber data, variable dan skala pengukuran, instrument pengumpulan data, populasi, sampling dan sample penelitian.

Bab IV membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan, di dalamnya membahas mengenai hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang hendak dicapai.

Bab V membahas mengenai penutup, merupakan akhir dari bahasan penelitian, di dalamnya membahas mengenai hasil atau kesimpulan penelitian serta saran-saran penelitian.