

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Di era globalisasi, perekonomian dunia berkembang pesat, begitu pula dengan kebutuhan masyarakat akan sandang, pangan, dan teknologi. Hal ini meningkat dari hari ke hari. Dengan bertambahnya jumlah penduduk maka permintaan juga semakin meningkat sehingga menyebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Hal ini terlihat dari upaya yang dilakukan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Begitu banyak orang bekerja keras untuk menjalani kehidupan yang layak, termasuk melupakan standar umum. Dalam pandang ini, etika bisnis banyak pelaku, termasuk para ekonom, dipertanyakan. Hal ini karena orang menggunakan etika untuk mengambil tempat dalam bisnis dan kegiatan ekonomi pada umumnya. (Luqman, 2018).

Bisnis dapat dilakukan di berbagai bidang seperti pertanian, manufaktur, distribusi, transportasi, komunikasi, perusahaan jasa, serta di bidang administrasi yang memproduksi dan memasarkan barang dan jasa untuk konsumen. oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa bisnis tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Dalam Islam kegiatan ekonomi tidak lepas dari nilai-nilai inti yang telah diidentifikasi, dalam Al-Qur'an, Hadist Nabi, dan sumber-sumber ajaran Islam lainnya. Seperti ekonomi konvensional, ekonomi Islam juga berbicara tentang bisnis dan di mana bisnis dapat dipahami sebagai kegiatan bisnis individu yang diorganisir atau dilembagakan, untuk memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk mendapatkan keuntungan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam berbagai bentuk baik produksi, distribusi. bisnis terbatas pada bagaimana memperoleh dan menggunakan aset yang dikenal sebagai halal dan haram. Konsep bisnis dalam Al-Qur'an dan Hadits sangat luas, indikator yang digunakan tidak hanya masalah dunia tetapi juga akhirat. Bisnis yang benar-benar baik menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang

mendatangkan keuntungan bagi pelakunya tidak hanya di dunia tetapi juga di akhirat. (Ulya, 2020).

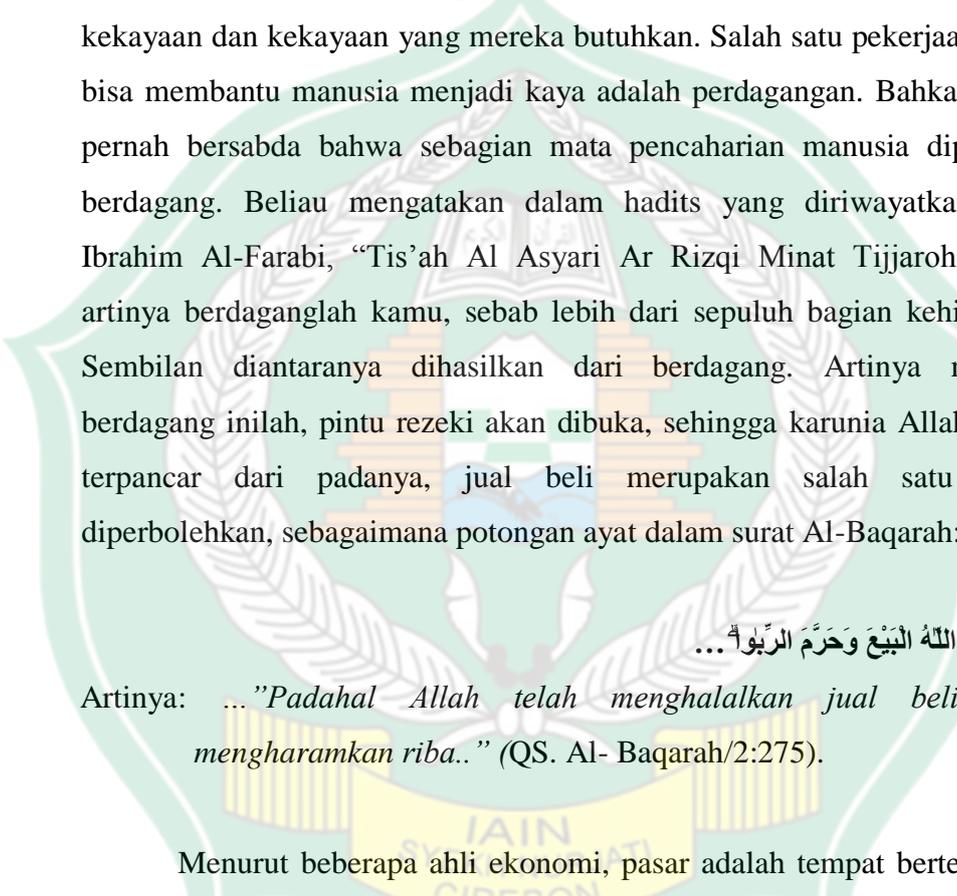
Dalam hal kinerja seluruh kehidupan, telah ditentukan menurut ajaran Islam untuk mengatur semua kehidupan manusia, termasuk yang terkait dengan kinerja ekonomi dan bisnis. Dalam ajaran Islam, setiap muslim berkewajiban untuk berusaha menerapkan syariah (aturan) sebanyak mungkin. Islam dalam aspek kehidupan mencakup aturan bisnis dan urusan, yang merupakan cara untuk menentukan kehidupan. Pada dasarnya tujuan penerapan aturan syariah dalam ajaran Islam dibidang bisnis, khususnya dalam menjalankan bisnis, adalah untuk menghasilkan pendapatan (eksistensi) yang beruntung dan mulia, untuk mencapai pembangunan manusia yang adil dan stabil dalam rangka mencapai kepuasan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang adil tanpa mengalami ketidakseimbangan terus-menerus dalam masyarakat (Efilianti, 2018).

Dalam ajaran Islam, etika mengarahkan semua aspek kehidupan manusia tanpa mengkhususkan pada situasi tertentu, Allah SWT menggambarkan orang mencapai kesuksesan sebagai orang yang mengarahkan semua perbuatan baik. Baik dan jahat, baik dalam menjalankan aktivitas sehari-hari maupun dalam menjalankan bisnis. Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah “seperangkat nilai baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan prinsip moralitas”. Dengan kata lain bisnis dapat dianggap sebagai aturan dan norma dimana pelaku bisnis harus dapat terlibat dalam melakukan transaksi, perilaku dan hubungan yang dirancang untuk menjamin keamanan bisnis. Oleh karena itu sangat penting untuk memahami kegunaan etika dalam bisnis. (Rofiah, 2018).

Etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) kegiatan ekonomi, karena filsafat etika didasarkan pada penalaran ilmiah dan agama untuk dinilai. Dengan demikian, etika dapat didefinisikan sebagai standar (*standar perilaku*) yang diikuti oleh individu. Etika adalah studi

tentang tindakan yang sah dan benar serta pilihan moral yang dibuat oleh seseorang. Dengan kata lain prinsip pengetahuan etika bisnis harus dimiliki secara mutlak oleh setiap orang menjalankan bisnis, baik pengusaha yang menjalankan bisnis. (Mursidah, 2017).

Manusia akan bekerja keras dan berusaha untuk mendapatkan kekayaan dan kekayaan yang mereka butuhkan. Salah satu pekerjaan yang bisa membantu manusia menjadi kaya adalah perdagangan. Bahkan Nabi pernah bersabda bahwa sebagian mata pencaharian manusia diperoleh berdagang. Beliau mengatakan dalam hadits yang diriwayatkan oleh Ibrahim Al-Farabi, "Tis'ah Al Asyari Ar Rizqi Minat Tijjaroh" yang artinya berdaganglah kamu, sebab lebih dari sepuluh bagian kehidupan, Sembilan diantaranya dihasilkan dari berdagang. Artinya melalui berdagang inilah, pintu rezeki akan dibuka, sehingga karunia Allah dapat terpancar dari padanya, jual beli merupakan salah satu yang diperbolehkan, sebagaimana potongan ayat dalam surat Al-Baqarah: 275

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...  


Artinya: ...”Padahal Allah telah menghalalkan jual beli, dan mengharamkan riba..” (QS. Al- Baqarah/2:275).

Menurut beberapa ahli ekonomi, pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli atau bertemunya antara penawaran dan permintaan dalam bentuk harga. Dalam suatu pasar terdapat banyak penjual dan pembeli dengan tujuan dan kebutuhan yang berbeda. Seiring berjalannya waktu, pasar telah mengambil banyak bentuk termasuk pasar tradisional dan pasar modern seperti supermarket, kios, mall dan lain-lain. Pasar merupakan sistem dimana pembeli membayar penjual secara langsung. Di pasar mayoritas menjual barang-barang kebutuhan pokok bahan makanan seperti ikan, buah-buahan, sayuran, telur, daging, kain, produk elektronik, jasa, dan banyak lagi. Selain itu, di pasar juga menjual makanan seperti kue tradisional dan makanan lainnya. Di pasar seringkali harga lebih

rendah atau lebih terjangkau dari pasar modern serta dapat melakukan tawar-menawar. (Assa'diyah, 2019).

Salah satu sarana jual beli adalah pasar. Tempat bertemunya pembeli dan penjual. Pasar adalah tempat terjadinya transaksi dari masing-masing pihak yang saling memiliki minat. Pasar bagi masyarakat, investor, dan pemerintah sangat penting untuk dipahami, terutama berkaitan dengan aktivitas pasar yang berubah dari hari ke hari. Seiring dengan perkembangan zaman, komponen ekonomi juga menimbulkan persaingan yang ketat antara pelaku usaha. Cara yang berbeda bukan hal yang aneh karena dilakukan untuk mendapatkan keuntungan sehingga tidak jarang terjadi penyimpangan di pasar. Pasar merupakan salah satu tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk memutuskan barang sesuai dengan keinginan konsumen. dalam berdagang harus memiliki tingkat kejujuran yang tinggi, namun kenyataannya di pasar selalu terjadi perubahan dalam berbisnis atau etika bisnis. Pedagang akan menggunakan cara yang berbeda untuk mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin terlepas dari kerugian di satu sisi. (Muthmainnah, 2019).

Penerapan etika bisnis di masyarakat sangat didambakan oleh semua orang, terutama bagi pedagang di pasar Ciborelang Jatiwangi yang sebagian besar adalah pedagang dan pengusaha beragama Islam. Namun dalam faktanya masih banyak terjadi pelanggaran etika dalam perilaku berbisnis, dalam hal ini mendorong spekulasi bagi para pelaku bisnis. Dalam hal ini merupakan pedagang yang ada di pasar Ciborelang Jatiwangi terkait penerapan etika bisnis Islam (Muthmainnah, 2019).

Adapun salah satu pasar tradisional yang terkenal di Jatiwangi adalah pasar Ciborelang di Jatiwangi yang menjadi pusat belanja masyarakat setempat. Pasar memiliki kebutuhan masyarakat terutama ikan, ayam dan sayuran segar memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan. Kesegaran bahan perlu menjadi prioritas utama untuk memenuhi konsumsi keluarga. Di sisi lain, kebutuhan konsumsi tidak memuaskan keinginan konsumen, seperti ikan atau ayam yang sudah tidak segar lagi,

mengakibatkan pembeli kecewa. Selain itu, harga sayuran tidak segar menjadi pertimbangan. Sehingga jenis penipuan telah muncul dalam praktek kehidupan bisnis. Pedagang menutupi kecacatan barang untuk memperoleh keuntungan yang diinginkan, serta minimnya nilai etika bisnis dalam transaksi jual beli.

Menurut penelitian Eka Andini dalam jurnalnya tentang pengamatan di Pasar Ciborelang Jatiwangi menjelaskan bahwa dengan bertambahnya jumlah pedagang pada pasar Ciborelang tentu tidak menutup kemungkinan persaingan yang ketat antara pengusaha satu dengan pengusaha lainnya. Oleh karena itu, persaingan menuntut setiap pengusaha untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif (Andini, 2021).

Perilaku menyimpang yang ditemukan di pasar antara lain mengurangi takaran timbangan, mencampurkan barang berkualitas tinggi dengan barang inferior, para pedagang tidak menepati janji yang dibuat dengan pembeli. Selain itu, ada juga pedagang yang tidak ramah atau dermawan dalam melayani pembeli, ditandai dengan sikap pelayan yang tidak ramah dan sebagainya. Penipuan ini membuat calon pembeli merasa tidak nyaman. Pembeli atau konsumen harus menerima barang dalam kondisi baik dengan harga yang wajar dan harus memberi tahu mereka jika barang yang dijual itu cacat. Keutuhan informasi sangat menarik, karena keunggulan barang atau produk merupakan factor penentu dalam pemilihan pembeli atau konsumen, sehingga informasi merupakan hal yang paling dibutuhkan oleh setiap konsumen. Pembeli atau konsumen perlu memberikan informasi secara jujur. Nabi Muhammad SAW mengamalkan nilai kejujuran, beliau adalah seorang pengusaha yang dikenal karena kejujurannya.

Allah SWT mengimbuu umat manusia dan para pedagang untuk jujur dalam berbisnis dan menjauhi perbuatan tercela yang membuat mereka berdosa. Sesungguhnya perbuatan ini merupakan penipuan yang tidak baik bagi kehidupannya. Apresiasi umat Islam terhadap mekanisme

pasar didasarkan pada disposisi Allah SWT, bahwa perdagangan harus dilakukan dengan benar dan dengan mufakat (*an taradin minkum/mutual goodwill*). Oleh karena itu, agar mekanisme pasar dapat berjalan dengan baik dan mewujudkan niat baik, nilai-nilai moral mutlak harus dihormati. Untuk itu, Rasulullah SAW memperlakukan sejumlah larangan terhadap praktik bisnis negatif yang dapat mengganggu mekanisme pasar.

Berdasarkan permasalahan yang terkait dengan pasar Ciborelang Jatiwangi. Maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka.

#### **A. Rumusan Masalah**

Adapun yang menjadi rumusan masalah yang sesuai dengan latar belakang diatas yaitu:

1. Bagaimana pemahaman etika bisnis islam dalam transaksi jual beli pada pedagang di pasar Ciborelang Jatiwangi?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada pedagang di pasar Ciborelang Jatiwangi?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Ciborelang Jatiwangi?

#### **B. Batasan Masalah**

Setiap penelitian pada dasarnya memiliki batasan penelitian, hal ini guna memberikan ruang lingkup yang jelas sehingga hasil yang diperoleh akan mudah dilihat dan jelas arahnya. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka pembahasan selanjutnya dalam penelitian ini hanya terbatas pada data pasar (focus pada penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada pedagang di pasar Ciborelang Jatiwangi).

### **C. Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian harus mempunyai tujuan, adapun menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pemahaman etika bisnis islam dalam transaksi jual beli pada pedagang di pasar Ciborelang Jatiwangi
2. Untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada pedagang di pasar Ciborelang Jatiwangi
3. Untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Ciborelang Jatiwangi.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini memberikan deskripsi pengembangan kepada dua wilayah yang berbeda, yaitu:

1. Manfaat teoritis
  - a) Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli.
  - b) Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam teori ekonomi Islam, dalam rangka penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli di pasar Ciborelang Jatiwangi
  - c) Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topic-topik yang memberkaitan baik bersifat melengkapi ataupun lanjutan.
2. Manfaat Praktis
  - a) Bagi Pedagang  
Diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pedagang tentang hal-hal yang berkaitan dengan etika perdagangan dalam Islam
  - b) Bagi masyarakat

Diharapkan masyarakat pada umumnya dapat mengerti tata cara dalam melakukan transaksi jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Mengkaji mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang, pada penulisan ini terdapat beberapa referensi dan jurnal yang membahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang diantaranya:

1. Novi Ristiani, (2018). Dalam skripsinya yang berjudul tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli (Studi Pada Pedagang Buah-Buahan Di Pasar Baruga Kota Kendari). Jurnal ini membahas tentang hasil penelitian ditemukan bahwa mayoritas para pedagang buah-buahan di pasar Baruga Kota Kendari telah memahami dan menerapkan etika bisnis seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Hal ini terlihat dari jawaban para pedagang berdasarkan hasil observasi yang diperoleh peneliti, dari indikator pedagang buah tentang pemahaman etika bisnis Islam hingga mencapai 7 orang atau 70% dan pedagang buah melaksanakan sikap kejujuran mencapai hingga 8 orang atau 80%. Tetapi masih ada saja sebagian yang belum mengetahui etika bisnis Islam seperti apa yang disebabkan istilah etika bisnis tersebut masih asing bagi sebagian informan serta minimnya informasi tentang etika bisnis karena rendahnya pendidikan yang mereka miliki dan masih ada saja beberapa pedagang yang enggan untuk menerapkan etika bisnis Islam dengan asumsi bahwa mereka telah terbiasa dengan sistem perdagangan kapitalis yang hanya mementingkan keuntungan semata.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang Penerapan

Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu diatas perihal Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli (Studi Pada Pedagang Buah-Buahan Di Pasar Baruga Kota Kendari). Sedangkan pada penelitian ini yang dibahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka. Dan penelitian peneliti ini akan membahas kepada pedagang sayuran, pedagang ikan, pedagang ayam dan lain-lain.

2. Umi Mursidah, (2017). Dalam skripsinya yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat). Dalam skripsinya peneliti menjelaskan bahwa pedagang dan pembeli apabila dilihat dari keempat indikator bahwa 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 tanggung jawab 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. Hal ini terlihat dari jawaban para pembeli dan berdasarkan hasil observasi yang peneliti dapat, masih banyak para pedagang yang menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada para pembeli, dan pedang juga masih memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan yang dijual, selain itu juga pedagang di Pasar Betung belum menerapkan sifat kejujuran dalam melakukan transaksi jual beli baik dari segi hal menawarkan barang maupun dalam hal takaran dan timbangan.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar. Akan tetapi

permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu diatas perihal Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat).. Sedangkan pada penelitian ini yang dibahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka.

3. Heri Irawan, (2017). Dalam skripsinya yang berjudul tentang Penerapan Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai. Dalam skripsinya peneliti menjelaskan bahwa mayoritas pedagang sembako di pasar sentral Sinjai telah memahami etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang. Sudah dilaksanakan atau diterapkan oleh mayoritas pedagang sembako yang ada di pasar sentral Sinjai. Tidak dipungkiri bahwa masih terdapat dari beberapa pedagang yang enggan menerapkan etika bisnis Islam. Dalam asumsinya bahwa mereka sudah terbiasa dengan sistem perdagangan yang hanya mementingkan profit atau keuntungan dunia semata dan tidak memikirkan keberkahan atau keuntungan akhirat dalam berbisnis. Terkait sikap kejujuran memang sulit untuk diterapkan dengan alasan mereka khawatir jika barang dagangannya rusak dan tidak laku.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Di Pasar. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu diatas perihal Penerapan Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Sentral Sinjai. Sedangkan pada penelitian ini yang dibahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka. Dan penelitian peneliti ini akan membahas

kepada pedagang sayuran, pedagang ikan, pedagang ayam dan lain-lain.

4. Gustina Sartika, (2020). Dalam skripsinya yang berjudul tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Tradisional Kelurahan Muara Sabak Ulu. Dalam skripsinya peneliti menjelaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam sudah berjalan cukup baik. Terbukti dengan cara pedangan melaksanakan jual belinya sudah mengikuti indikator yang berdasarkan prinsip etika bisnis Islam Rasulullah SAW seperti kepuasan pelanggan, transparansi, persaingan sehat, keadilan. Namun masih ada saja pedagang yang tidak mengerti akan peristilahan etika bisnis Islam jika ditanyakan persoalan etika bisnis Islam. Namun kebanyakan dari mereka sudah menerapkan walaupun mereka belum memahami bahwasannya itu termasuk dalam etika bisnis Islam. Hal ini disebabkan kurangnya sosialisasi dari dinas perdagangan mengenai etika bisnis Islam dan sebagian dari pedagang juga hanya tamatan SD, SMP dan yang paling tinggi adalah tamatan SMA.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu diatas perihal Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transaksi Jual Beli Sembako Di Pasar Tradisional Kelurahan Muara Sabak Ulu. Sedangkan pada penelitian ini yang dibahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka. Dan penelitian peneliti ini akan membahas kepada pedagang sayuran, pedagang ikan, pedagang ayam dan lain-lain.

5. Indah Restyaningrum, (2021). Dalam skripsinya yang berjudul tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Bawang Merah Di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Dalam penelitiannya menjelaskan bahwa praktik transaksi pedagang bawang merah Di Pasar Kedungbanteng belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam, tetapi secara keseluruhan sudah baik dalam melakukan transaksi jual beli. Hal ini bahwa pedagang sudah menerapkan transaksi yang sesuai ajaran Islam yaitu kewajiban bersifat jujur, berpegang teguh pada nasehat dan menjauhi penipuan, menghindari najasy. Pada kewajiban bersikap amanah dan persaingan tidak sehat masih terdapat pedagang yang belum menerapkan dengan baik. Dalam penerapan etika bisnis Islam melalui prinsip-prinsip etika bisnis Islam, pedagang bawang merah Di Pasar Kedungbanteng sebagian masih ada yang kurang memahami prinsip-prinsip tauhid dan free will pedagang telah menerapkan dengan baik dalam berdagang. Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Di Pasar. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu diatas perihal Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Bawang Merah Di Pasar Kedungbanteng Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Sedangkan pada penelitian ini yang dibahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka. Dan penelitian peneliti ini akan membahas kepada pedagang sayuran, pedagang ikan, pedagang ayam dan lain-lain
6. Zulham Afrizal, (2021). Dalam skripsinya yang berjudul tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Desa Pulau Palas. Hasil penelitian menjelaskan bahwa prinsip

perdagangan yang telah ditentukan dalam Islam sangat mementingkan tolak ukur dari sebuah kejujuran, kepercayaan dan ketulusan atau sering disebut dengan etika dalam berdagang. Akan tetapi berdasarkan peneliti yang dilakukan di lapangan masih ada sebagian para pedagang sembako di pasar Desa Pulau Palas yang mengabaikan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya terutama dalam etika komunikasi bisnisnya, masih ada pedagang yang tidak jujur dengan harga barang yang dijualnya. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa para pedagang sembako di Pasar Desa Pulau Palas dalam melakukan etika komunikasi bisnisnya sudah dilakukan dengan baik. Dan faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam pada pedagang sembako di Pasar Desa Pulau Palas adalah faktor penghambat, karena faktor pendidikan, dan faktor usia yang masih muda, faktor pendukung adalah bersikap ramah pada setiap konsumen, sopan dalam melayani konsumen yang datang, dan tidak membeda-bedakan harga antara pembeli yang datang.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Di Pasar. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu di atas perihal Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako Di Pasar Desa Pulau Palas. Sedangkan pada penelitian ini yang dibahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka. Dan penelitian peneliti ini akan membahas kepada pedagang sayuran, pedagang ikan, pedagang ayam dan lain-lain.

7. Wati, et al., (2019). Dalam jurnal yang berjudul tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang Sumatera Selatan. Hasil

penelitiannya menyimpulkan bahwa pemahaman pedagang di pasar tradisional Pendopo terhadap etika bisnis Islam belum maksimal, baik ekspresi perasaan yang tercermin, pola penerapan etika bisnis Islam yang ditekankan pada etika jual beli dalam transaksi jual beli di pasar Pendopo sudah berjalan cukup baik tanpa disengaja oleh para pedagang: masih kurangnya kesadaran para pedagang akan menaikkan harga dengan cara menimbun barang dengan tujuan mencari keuntungan yang tinggi dari kebutuhan konsumen pada umumnya. Pengukuran penerapan etika bisnis dalam Islam yang dilakukan oleh pihak pedagang menunjukkan bahwa sebagian pedagang belum menerapkan etika bisnis dalam Islam. Berdasarkan temuan tersebut disarankan perlunya penyuluhan secara periodic untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan pedagang agar sadar tentang arti dan manfaat etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika jual beli dalam transaksi penjualan. Peran serta masyarakat dalam hal ini adalah para pembeli juga dituntut untuk mengerti dan memahami sistem etika bisnis dalam Islam.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu diatas perihal Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang Sumatera Selatan. Sedangkan pada penelitian ini yang dibahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka.

8. Sagir, et al., (2020). Dalam jurnal yang berjudul tentang Praktik Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pengusaha Muslim Di Kano Metropolis, Nigeria. Dalam jurnalnya menjelaskan bahwa pasar Singer dan Danau di kota metropolitan Kuno yang dianggap tidak

etis karena adanya penipuan, bobot dan ukuran yang tidak sesuai, penimbunan dan manipulasi harga serta sumpah palsu untuk mendukung penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha cukup mematuhi praktek etika bisnis Islam sedangkan faktor hukum dan organisasi secara signifikan mempengaruhi etika bisnis Islam, namun factor individu tidak.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang Praktik Etika Bisnis Islam. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu diatas perihal Praktik Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pengusaha Muslim Di Kano Metropolis, Nigeria. Sedangkan pada penelitian ini yang dibahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka. Dan penelitian peneliti ini akan membahas kepada pedagang sayuran, pedagang ikan, pedagang ayam dan lain-lain.

9. Wahana dan Syaifullah, (2020). Dalam jurnalnya yang berjudul tentang Implementasi Ekonomi Syariah Di Pasar Tradisional Kabupaten Brebes. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa pedagang Di Pasar Tradisional Manis Kosambi Desa Cikakak telah mempraktekkan perdagangan dengan Etika Bisnis Syariah. Praktek Ekonomi Syariah Di Pasar Tradisional Kabupaten Brebes telah dilakukan oleh sebagian besar pedagang hampir 84,8%. System perdagangan dengan ekonomi Islam berakar pada praktik dan kebiasaan dengan etika bisnis Islam, berbisnis dengan menjual produk yang bersih, kejujuran, keterbukaan, wajar, dan dengan mundurnya riba, atau rentenir telah dibiasakan oleh para pedagang Di Pasar Tradisional Kabupaten Brebes Di Pasar Manis Kosambi Desa Cikakak Kabupaten Brebes.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang Etika

Bisnis Islam Di Pasar. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu diatas perihal Implementasi Ekonomi Syariah Di Pasar Tradisional Kabupaten Brebes. Sedangkan pada penelitian ini yang dibahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka.

10. Afrianti, et al., (2020). Dalam jurnalnya yang berjudul tentang Nilai Transaksi Ekonomi Syariah Di Pasar Pekkabata. Hasil penelitiannya membahas tentang proses transaksi al-bai' bagi para pedagang dan penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam transaksi al-bai' kepada para pedagang di Pasar Pekkabata di Kabupaten Pinrang. Tujuan penelitian untuk memperoleh data empiris tentang proses al-bai', dan penerapan Islam nilai ekonomi dalam transaksi al-bai' kepada para pedagang di pasar Pekkabata di Kabupaten Pinrang.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang akan penulis lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian terdahulu diatas perihal Nilai Transaksi Ekonomi Syariah Di Pasar Pekkabata. Sedangkan pada penelitian ini yang dibahas mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka.

#### **F. Kerangka Pemikiran**

Dari kerangka pemikiran dibawah ini, maka dapat dijelaskan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang sangatlah penting, karena dalam suatu organisasi bisnis khususnya berdagang harus mensyaratkan pelaku beraqidah akhlak, jujur, adil, tidak curang, tidak khianat, dapat bersaing secara sehat, serta dapat menghindari sifat-sifat

tercela lainnya, sehingga keberadaan suatu bisnis dapat saling menguntungkan, bukan sebuah peluang dalam semalam, tetapi juga penjual dan pembeli saling membutuhkan. Prinsip bisnis yang lebih manusiawi, sebagaimana diajarkan dalam ajaran Islam di contohkan oleh Rasulullah SAW adalah: kepuasan pelayanan, persaingan yang sehat dan adil (Sartika, 2019).

Etika dapat dipahami sebagai dasar moralitas dan sekaligus perilaku. Jadi etika bisnis adalah sebagai seperangkat nilai tentang nilai benar dan salah dalam dunia perdagangan. Bisnis tidak hanya berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan masyarakat, tetapi juga bermaksud menyediakan sarana yang dapat menarik minat dan perilaku pembelian. Etika pada dasarnya menyebutkan dua hal yaitu pertama; etika berkaitan dengan disiplin ilmu yang mempelajari nilai-nilai yang dipegang orang dan alasan pembenarannya. Kedua; etika adalah objek dari disiplin ilmu itu sendiri, yaitu nilai-nilai kehidupan dan hukum-hukum yang mengatur perilaku manusia. (Hamali Dan Budi, 2017).

Etika bisnis Islam adalah bisnis yang didasarkan pada aturan ilahi dan bertujuan untuk selalu mengingat Allah dalam beribadah, tidak hanya untuk menciptakan manfaat bagi diri sendiri dan orang lain, tetapi juga untuk menghindari segala macam perilaku yang merugikan orang lain.

Pasar adalah tempat terjadinya proses transaksi jual beli antara pembeli dan penjual, hal ini memungkinkan proses tawar-menawar. Selain itu di pasar pengunjung tidak selalu menjadi pembeli, tetapi juga mereka bisa menjadi penjual. Bahkan orang bisa menjual barangnya di pasar itu. Di sisi lain pasar merupakan tempat komunikasi tatap muka dengan pembeli.

Mengenai etika bisnis, seseorang harus memahami bagaimana tujuan bisnis dalam transaksi yang dilakukan oleh pedagang, dengan pengetahuan seseorang akan memahami aqidah dan akhlak dalam etika bisnis. Dalam ekonomi bisnis Islam, harus memiliki akhlak atau etika yang baik, dengan kata lain harus memiliki prinsip yang baik dalam

bertransaksi, berperilaku, atau berhubungan dengan pelaku ekonom untuk mencapai tujuan bisnisnya. Prinsip aqidah dan akhlak meliputi baik dan buruk, terpuji atau tercela, benar atau salah, sopan atau kasar, dan semua aspek perilaku manusia yang pantas atau tidak pantas.

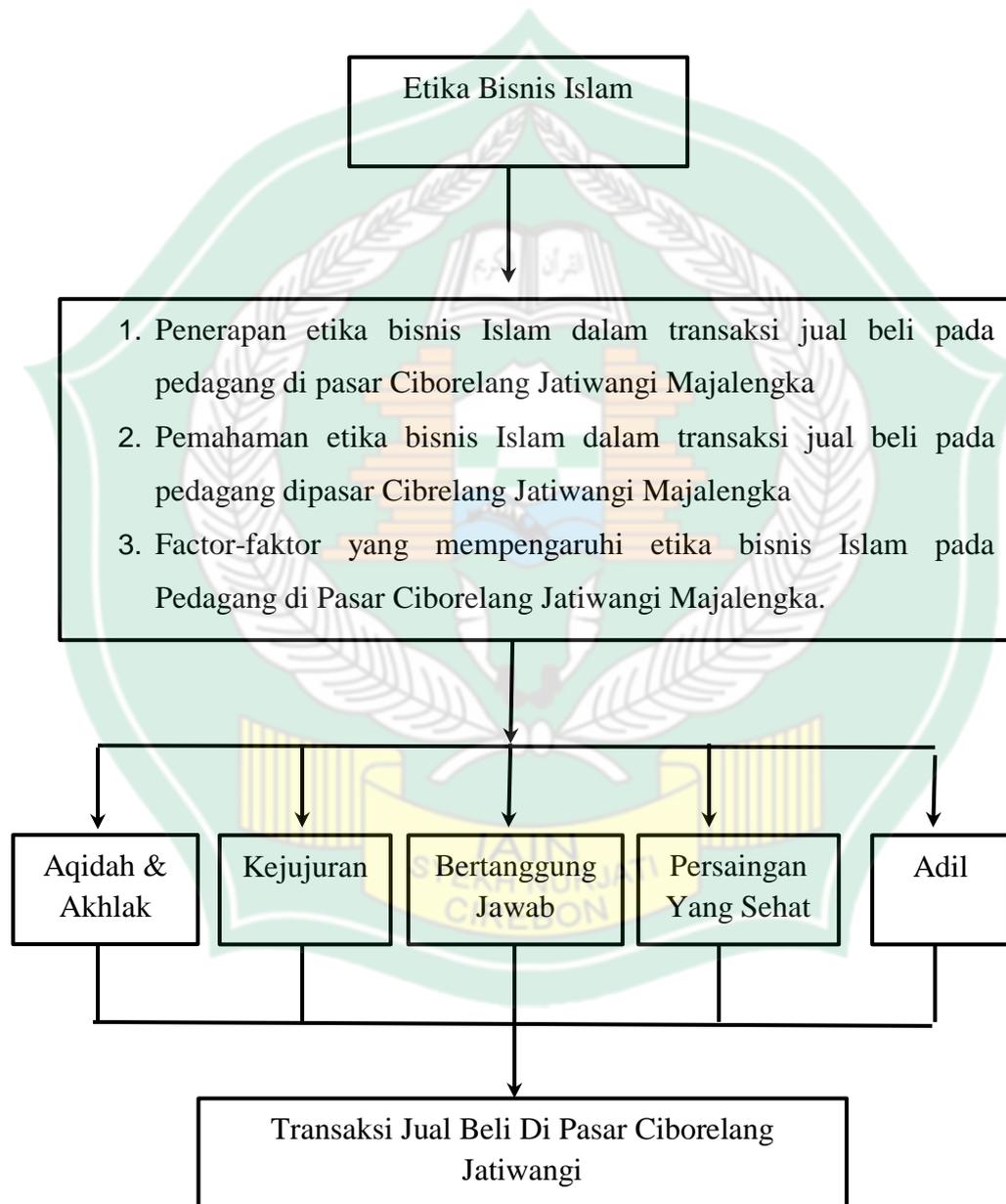
Bencana terbesar dalam perdagangan adalah penyebaran kebohongan dan kebohongan, seperti berbohong tentang menjual barang dan berbohong tentang penjualan dan harga. Oleh karena itu, salah satu ciri perdagangan yang diridhai Allah SWT adalah kejujuran. Kejujuran sangat penting bagi pedagang Muslim karena mereka perlu menghasilkan keuntungan selama periode penjualan puncak dan memiliki godaan untuk memperluas kemampuan produk atau layanan mereka.

Sebagai seorang pedagang, seorang wirausahawan harus dapat dipercaya atau dapat diandalkan dan bertanggung jawab. Senantiasa menjunjung tinggi hak asasi manusia dan hak Allah SWT, tidak melupakan kewajibannya sebagai manusia dan makhluk dalam masyarakat yang diciptakan oleh Allah SWT. Kebebasan tanpa batas tidak mungkin bagi manusia, karena tidak memerlukan pertanggungjawaban. Untuk memenuhi syarat keadilan dan persatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan perbuatannya. Secara logika, prinsip ini berkaitan erat dengan prinsip kehendak bebas yang diwujudkan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang dilakukannya.

Islam melarang persaingan bebas karena melanggar prinsip-prinsip Islam muamalah. Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan, artinya persaingan bukan lagi upaya membunuh pesaing lain, melainkan memberikan pelayanan terbaik bagi usahanya. Rasulullah SAW mencontohkan bagaimana melakukan persaingan yang baik dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan jujur sesuai dengan kondisi barang dan melarang kolusi dalam persaingan dagang, karena hal tersebut merupakan kemungkaran yang harus dihindari. Hal ini sangat penting bagi

kegiatan usaha. Hampir semua aspek kegiatan bisnis didasarkan pada Figure 1 persyaratan perilaku yang adil bagi semua pihak yang terlibat.

Berdasarkan uraian tersebut maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1

Kerangka pemikiran

*Sumber:* Diolah dari (Zulham Aprizal, 2021)

## **G. Metode penelitian**

### **a. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generasi (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini bermaksud untuk melihat fakta atau pengamatan di lapangan terkait penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pada pedagang di pasar Ciborelang Jatiwangi Majalengka.

Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau human instrument, yaitu penelitian itu sendiri. Metode kualitatif digunakan untuk memperoleh data yang mendalam, suatu jenis data yang mengandung makna. Artinya adalah data yang sebenarnya, dan data yang ditentukan adalah nilai di balik data yang terlihat (Anggito, 2018).

### **b. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah suatu tempat yang dijadikan objek pada penelitian dengan cara membedakan alasan yang logis mengapa tempat tersebut dipilih sebagai lokasi penelitian (Sugiyono, 2016). Adapun yang menjadi lokasi peneliti ini yaitu pasar Ciborelang. Pasar Ciborelang ini merupakan yang memenuhi kebutuhan dalam berbelanja bagi masyarakat.

### **c. Subjek dan objek penelitian**

- 1) Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah para pedagang dan pembeli yang menjalankan aktivitas perdagangan di Pasar Ciborelang Jatiwangi.
- 2) Adapun objek dalam penelitian ini adalah pelaksanaan penerapan etika bisnis dalam transaksi jual beli pada pedagang di Pasar Ciborelang Jatiwangi.

#### **d. Data dan Sumber Data**

Untuk mengetahui segala kegiatan perdagangan di pasar Ciborelang, maka diperlukan sumber data yang akurat dan dapat dipercaya. Pada penelitian ini sumber datanya yaitu:

##### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber atau lokasi subjek penelitian (Sayuti, 2014). Data primer adalah sumber data primer yang diperoleh langsung dari lapangan. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara langsung dengan pedagang dan pembeli di Pasar Ciborelang Jatiwangi.

##### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data atau sejumlah informasi tertentu yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui sumber perantara. Data ini dikumpulkan dengan mengutip sumber lain, sehingga tidak otentik, karena diperoleh dari yang kedua, ketiga, dan seterusnya (Sayuti, 2014). Sedangkan data sekunder pada penelitian ini adalah berasal dari buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan etika bisnis islami dalam transaksi jual beli. Seperti halnya sumber lain berupa laporan penelitian masih ada keterkaitan dengan topik yang dibahas selain data utama. Data adalah bahan pelengkap dari sumber tertulis yang dapat dibedakan menjadi buku, jurnal, jurnal dan dokumen resmi.

#### **e. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Observasi**

Observasi adalah studi atau pengamatan yang sistematis dan terencana yang dimaksudkan untuk mengumpulkan data yang validitas dan reliabilitasnya diverifikasi. Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan mengumpulkan data dengan mengadakan penelitian langsung terhadap kondisi

lingkungan subyek kegiatan penelitian sehingga gambaran yang jelas tentang kondisi subjek dapat diperoleh (Satori, 2013). Pengamatan yang peneliti lakukan adalah Pengamat berpartisipasi secara pasif, artinya peneliti pernah ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut serta dalam kegiatan (jual beli) yang dilakukan oleh subjek yang diamati. Observasi dilakukan dengan cara mencatat kejadian-kejadian yang berkaitan dengan pembelian dan penjualan yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Ciborelang Jatiwangi.

b. Wawancara

Wawancara adalah cara mencari informasi atau data melalui interaksi verbal/lisan, wawancara memungkinkan kita menyusup ke dalam “alam” pikiran orang lain, yang berhubungan dengan perasaan, pikiran, pengalaman, pendapat dan lainnya yang tidak bisa diamati. Penelitian ini peneliti ambil sumber data melalui wawancara dengan tujuan untuk mendapatkan suatu informasi yang akurat. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dena juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi (Sugiono, 2016). Terkait etika perdagangan yang ada di pasar Ciborelang . teknik wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur, dimana menyediakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang tepat dan akurat. Adapun yang menjadi responden dalam peneliti ini adalah:

- 1) Pengelola pasar Ciborelang Jatiwangi
- 2) Pedagang pasar Ciborelang Jatiwangi
- 3) Pembeli di pasar Ciborelang Jatiwangi

c. Dokumentasi

Dokumen berasal dari kata document yang artinya ditulis dengan baik. Metode dokumen berarti suatu cara pengumpulan data dengan cara merekam data yang ada. Pengumpulan data dokumenter adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen. Dokumen tersebut bisa berupa tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang. (Hardani, 2020)

**f. Validitas Data**

Dalam penelitian kualitatif ditetapkan pengujian keabsahan data untuk menghindari data yang tidak valid, yaitu data yang berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Bila peneliti membuat laporan yang tidak sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan maka data tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk menguji keabsahan data dalam peneliti ini, peneliti menggunakan triangulasi. Adapun triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. “triangulasi sumber yaitu membandingkan data yang telah diperoleh melalui waktu dan alat atau teknik yang berbeda, dengan jalan membandingkan hasil observasi dengan data hasil wawancara, kemudian dibandingkan kembali hasil wawancara dengan data dokumentasi. (Lexy J Moleong, 2015).

Sedangkan triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan apa yang dikatakan subjek dengan apa yang diinginkan informan untuk mendapatkan data yang dapat dipercaya. Selain itu, penulis menggunakan triangulasi untuk membandingkan data observasi dengan data wawancara dokumentasi yang relevan. Untuk itu, peneliti berusaha mengkaji kembali data yang diperoleh melalui wawancara.

### g. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data, pengolahan data merupakan proses akhir dari penelitian yang dilakukan. Prosedur pengolahan data idealnya tidak kaku dan senantiasa dikembangkan sesuai kebutuhan dan sasaran penelitian. Beberapa ahli mengatakan proses pengolahan data kualitatif dengan cara yang berbeda.

Sebagai bahan acuan peneliti menerapkan proses pengolahan data menurut Sugiyono, yang dilakukan secara kualitatif melalui model Miles dan Huberman, yakni data *reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

- 1) *Reduction data*, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari kejelasan makna jawaban, kesesuaian antara pertanyaan satu dengan pertanyaan yang lain, relevansi jawaban dan keseragaman kesatuan data berdasarkan substansi maksudnya kemudian digolongkan ke dalam bagian-bagian.pokok atau sub pokok penelitian.
- 2) *Display data*, yaitu penyajian data dilakukan melalui bentuk uraian singkat, dengan menyajikan data, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami. Bila pola-pola yang ditemukan telah didukung oleh data selama peneliti maka pola tersebut sudah menjadi pola yang baku dan selanjutnya dapat disajikan.
- 3) *Conclusion drawing/verifikasi data*, yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat untuk mendukung tahap pengumpulan data berikutnya (Sugiono, 2016).