PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama, **Licia Azani Sasta Bp.3212.117** dengan judul **"Analisis Cara Berdagang Pedagang Pakaian Konveksi Di Pasar Aur Kuning Bukittinggi Dilihat Dari Etika Bisnis Islam** memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang *Munaqasah.*

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Pembimbing I	**Pembimbing II**
H. Harfandi, SE, M.Si	**Dr. Iiz Izzuddin, MA**
NIP.196211101999031001	**NIP.197503032001121007**

ANALISIS CARA BERDAGANG PEDAGANG PAKAIAN KONVEKSI DI PASAR AUR KUNING BUKITTINGGI DILIHAT DARI ETIKA BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM (IAIN) BUKITTINGGI

1437 H/2016 M

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skipsi yang berjudul: **"Analisis Cara Berdagang Pedagang Pakaian Konveksi Di Pasar Aur Kuning Bukittinggi Dilihat Dari Etika Bisnis Islam"**, yang disusun oleh saudari **LICIA AZANI SASTA,** telah diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, hari Kamis tanggal 1 September 2016 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam.

Bukittinggi, 2 September 2016

Tim Penguji

Ketua

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP.19621110 199903 1 001

Sekretaris

Dra. Rusyaida M.Ag
NIP.19690609 199703 2 001

Anggota

Era Sonita, SE, M.Si
NIP.19711025 200312 2 002
1 007

Dr. Iiz Izmuddin,MA
NIP. 19750303 200112 1 007

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negri (IAIN)

H. Harfandi, SE, M.Si
NIP.19621110 199903 1 001

ABSTRAK

Skipsi ini berjudul "**Analisis Cara Berdagang Pedagang Pakaian Konveksi Dilihat Dari Etika Bisnis Islam Di Pasar Aur Kuning Bukittinggi",** disusun oleh **Licia Azani Sasta Bp 3212.117** skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi

Penelitian ini dilatar belakangi oleh etika bisnis Islam belum sepenuhnya diperaktekan sesuai dengan al-Qur'an dan sunnah nabi Muhammad oleh para pelaku ekonomi di era globalisas sekarang ini.Prilaku menyimpang yang sering kali ditemukan di pasar oleh karena itu, etika bisnis Islam sangat berperan dalam mengatur prilaku para pedagang. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis memilih pasar Aur Kuning Bukittingi sebagai objek alasannya karena penulis melihat dan menyaksikan secara langsung adanya prilaku pedagang yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Adapun prilaku yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam berupa menjatuhkan harga pasar, tidak menepati janji, tidak bersikap ramah terhadap pembeli, dan menyembunyikan cacat barang. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana prilaku pedagang konveksi muslim di pasar Aur Kuning Bukittinggi?

Jenis penelitian ini dalah penelitian lapangan (*field research)* sumber data yang digunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan petugas pasar Aur Kuning Bukittinggi, dan para pedagang di pasar Aur Kuning Bukittinggi. Sementara data sekunder diperoleh dari arsip dokumen pihak pengelola pasar Aur Kuning Bukittinggi. Tekhnik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analisis.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di pasar Aur Kuning, maka dapat dikemukakan bahwa prilaku pedagang pakaian konveksi dilihat dari etika bisnis Islam yaitu:

a. Prinsip tauhid, masih banyak pedagang yang tidak tepat waktu dalam menjalankan shalat wajib.
b. Prinsip keseimbangan yang diwujudkan oleh para pedagang yaitunya tidak adil dalam memberikan harga terhadap pelanggan dimana antara pelanggan lama dan pelanggan baru harga yang diberikan perbedaannya berkisar antara lima ribu sampai sepuluh ribu, dan menyembunyikan cacat barang.
c. Prinsip kehendak bebas yang ditunjukkan oleh para pedagang yaitunya memberikan kebebasan kepada para pedagang baru yang ingin berjualan di dekatnya dan tidak memaksa pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan pembeli, semua pedagang telah mewujudkan prilaku tersebut.
d. Prinsip pertanggungjawaban yang ditunjukkan oleh pedagang yaitu, kurang menepati janji dan kurang bertanggung jawab terhadap kualitas barang dagangannya, namun tidah semua pedagang yang melakukan demikian.
e. Prinsip *ihsan* yang ditunjukkan oleh para pedagang yaitunya, mereka kurang ramah terhadap para pembeli eceran.

Kata kunci: Prilaku, Pedagang, Etika Bisnis Islam

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

Shalawat beiringan salam, penulis ucapkan buat junjungan umat sedunia yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita kepadaalam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat ini.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Fakultas Ekonomi Islam untuk mencapai gelar serjana Ekonomi Islam. Adapun judul skripsi ini adalah **"Analisis Cara Berdagang Pedagang Pakaian Konveksi Dilihat dari Etika Bisnis Islam Di Pasar Aur Kuning Bukittinggi"**

Terima kasih sebesar-besarnya, khusus penulis sampaikan untuk Ayahanda tercinta **Livisna Idrus** dan Ibunda tersayang **Rosna** karena berkat do'a beliau pagi dan petang membuat penulis tidak pernah patah semangat untuk melaksanakan berbagai aktivitas terutama menyusun skripsi ini, semoga Allah SWT melindungi dan memberkati beliau, beserta kakak Ika, adik tersayang Ami Dan Adil yang telah memberikan motivasi kepada penulis.

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, izinkan penulis mengucapkan rasa syukur kepada orang-orang yang telah berjasa dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. **Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum,** Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Bapak **H. Harfandi, SE, M.Si**, serta Bapak **Yefri Joni, MA** selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Islam, serta Ibu Ketua Prodi Fakultas Ekonomi Islam yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi.
2. Bapak **H. Harfandi, SE, M.Si** selaku pembimbing I dan Bapak **Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku pembimbing II. Terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu **Dra. Hj. Rahmiati, M.Ag** selaku penasehat akademik yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.
4. Bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis bisa melanjutkan karya ilmiah dalam bentuk skripsi
5. Bapak/ibu pegawai perpustakaan yang telah menyediakan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini..
6. Saudara-saudariku dan yang teristimewa Sukri yang selalu bersama di saat suka dan duka Yona, Reta, Imelda, Mutia, Mita, Kantia. Terima kasih untuk kebersamaannya, semoga kita tetap saudara dan berharap selamanya. Amiiin.
7. Teman-teman seperjuangan pada Fakultas Ekonomi Islam angkatan 2012 serta sahabat yang selalu memberikan dorongan bagi penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya serta teman-teman local Ekonomi Islam Non Reguler, terima kasih atas selama ini yang banyak memeberikan semangat bagi penulis. Semoga dapat meraih cita-citanya sehingga dapat mewujudkan impian untuk membahagiakan orangtua.

Selanjutnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Do'a dan harapan penulis kepada semua pihak yang memberikan bantuan, semoga Allah SWT membalas serta melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Amiiin.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masihjauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca dari kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan harapan bisa bermanfaat bagi kita semua.

Bukittinggi, 2016

Penulis,

LICIA AZANI SASTA

NIM.3212.117

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING
PENGESAHAN TIM PENGUJI
KATAPENGANTAR..... ii
ABSTRAK..... iii
DAFTAR ISI..... iv
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang..... 1
B. Identifkasi masalah..... 6
C. Batasan dan Rumusan Masalah..... 6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... 7
E. Penjelasan Judul..... 7
F. Tinjauan Studi Terdahulu..... 9
G.Sistematika penulisa..... 11
BAB II LANDASAN TEORI
A. Prilaku Pedagang..... 13
1. Pengertian Prilaku..... 13
2. Pengertian Pedagang 14
3. Prilaku pedagang..... 15
B. Etika Bisnis..... 19
1. Pengertian Etika..... 19
2. Pengertian Bisnis..... 22
3. Pengertian Etika Bisnis Islam..... 25
4. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam..... 26
5. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam..... 28
a. Prinsip Tauhid..... 28
b.Prinsip Keseimbangan..... 30
c. Prinsip Kehendak Bebas..... 32
d. Prinsip Pertanggungjawab..... 34
e. Prinsip Kebajikan..... 36
D. Pasar..... 37
1. Pengertian Pasar..... 37
2. Mekanisme Pasar..... 38
3. Etika Pemasaran..... 41
4. Pasar Tradisional..... 43

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Metodelogi Penelitian
1. Jenis Penelitian..... 46
2. Lokasi Penelitian..... 47
3, Informan..... 48
4. Sumber Data..... 49
5. Dokumentasi..... 51

6. Teknik Analisis Data…….. 51

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. MonoGrafi Pasar Aur Kuning Bukittinggi……..…… 53
1. Sejarah Pasar Aur Bukittinggi…….…… 53
2. Penetapan Hari Jadi…….…….... 54
3. Visi dan Misi…….…… 61
4. Tujuan dan Sasaran Dinas Pengelolaan Pasa…..……...…… 61
B. Prlaku Pedagang Konveksi Dilihat Dari EtikaBisnis Islam…….... 62
C. Analisis Cara Berdagang Pedagang Pakaian Konveksi di Pasar Aur Kuning dilihat dati Etika Bisnis Islam..... 68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan……..……. 78
B.Saran…….…….... 80

DAFTAR KEPUSTAKAAN..... 82
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWATAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang di sepanjang abad dan semua lapisan masyarakat. Agama Islam sejak awal lahirnya, mengizinkan adanya bisnis, karena Rasulullah SAW sendiri pada awalnya juga berbisnis dalam jangka waktu yang cukup lama.[1]Di dalam hal perdagangan ataubisnis, Rasulullah memberikan apresiasi yang lebih, seperti sabda beliau *"Perhatikan olehmu sekalian perdagangan, sesungguhnya di dunia ini perdagangan itu ada Sembilan dari sepuluh pintu rezeki".*[2] Namun, Rasulullah tidak begitu saja meninggalkan tanpa aturan, kaidah, ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis. Diantara nilai-nilai yang penting dalam perdagangan atau bisnis adalah sifat kasih sayang yang telah dijadikan Allah sebagai *trade mark*.

Islam menghendaki perdagangan yang berlangsung bebas dan bebas dari distorsi pasar. Hal ini bertujuan untuk memelihara unsur keadilan semua pihak dan Islam mengatur agar kegiatan ekonomi di pasar berjalan secara adil.

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

[1]Alwi Shihab, *Islam Inklusif*, (Bandung: Mizan, 1999), h.172

[2]Achyar Eldine, *Etika Bisnis Islam, Jurnal Khazanah, Vol 3 No 3, Edisi Oktober*, 2007, h. 282

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. Beliau menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan moralitas.

Dengan mengacu pada Al- Qur'an dan praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibnu Taymiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang Islami adalah :

1. Orang harus bebas keluar masuk pasar. Memaksa orang untuk menjual barang dagangan tanpa ada kewajiban untuk menjual merupakan tindakan tidak adil dan ketidakadilan itu dilarang.
2. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar danbarang-barang dagangan.
3. Unsur-unsur monopilistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan. Pemerintah dibolehkan melakukan intervensi.
4. Adanya kenaikan dan penurunan harga yang disebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
5. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.

6. Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, kecurangan menakar, dan niat yang buruk dalam perdagangan. Pelaku pasar juga dilarang menjual barang-barang yang haram.[3]

Akan tetapi kenyataan yang kitahadapi sekarang di masyarakat, bahwasanya telah terjadi pergeseran etika dalam dagang atau bisnis. Salah satu contoh maraknya para pedang mengurangi timbangannya, dijualnya ayam bangkai (tiren) dan daging gelongongan[4]. Hal ini menandakan timbulnya gejala merosotnya rasa solidaritas, tangung jawab sosial dan tingkat kejujuran serta adanya persaingan yang tidak sehat dan berbagai masalah bisnis lainnya. Ketika terjadi pergeseran tersebut, maka terjadilah suatu penyimpangan-penyimpangan didalam hubungan bisnis.

Pada masa rasulullah, nilai-nilai moralitas sangat diperhatikan dalam kehidupan pasar. Bahkan sampai pada masa awal kerasulannya, beliau adalah seorang pelaku pasar yang aktif, dan kemudian menjadi. seorang pengawas pasar yang cermat sampai akhir hayatnya. Beliau telah memulai pengalaman dagangnya sejak usia 12 tahun.[5]

Dalam ekonomi Islam yang berlandasan ketuhanan, maka tujuan akhir pencapaiannya adalah ridho Allah SWT, dengan tetap memegang syariat Islam dalam segala akitivitasnya, begitu pula dengan aktivitas ekonomi yang tidak dapat pula dipisahkan dengan nilai-nilai keislaman.[6]

---

[3]Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis Dalam Islam "Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Bisnis", Jurnal Hukum Islam*, Vol IV No. 2, Desember 2005, h. 122

[4]Gatra.com Saturday, 9 July 2005, diakses pada tanggal 9 November 2010

[5]Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Pedagang, terj. Dewi Nurjulianti*, (Jakarta: Yayasan SwarnaBhumy,1997), h. 5

[6]Yusuf Qordhowi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1993), h. 31

Etika bisnis Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah.[7] Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap akitifitas ekonomi pedagang, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan di masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk atau jahat, seperti pihak yang mendzhalimi dan terdzhalimi.[8]

Dengan kenyataan di atas, maka prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik itu seorang pebisnis atau pedagang dalam menjalankan aktivitas ekonominya, untuk menghindarkan diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah SWT. Dengan demikian setiap orang tidak boleh merugikan orang lain demi kepentingan diri sendiri *(vested interest)*. Sebab, seolah-olah dia menghisap darahnya dan membuka jalan kehancuran untuk dirinya sendiri. Misalnya mencuri, menyuap,berjudi, menipu, mengaburkan, mengelabui, riba, pekerjaan lain yang diperoleh dengan jalan yang tidak dibenarkan. Tetapi apabila sebagian itu diperoleh atas dasar suka sama suka, maka persyaratan dalam perdagangan yang ditegaskan dalam Al-Qur'an telah dijalani.[9] Ada bebarapa bentuk transaksi yang dapat dikategorikan terlarang, yaitu:[10]

---

[7]Yusuf Qorbdhowi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam,* (Jakarta: Gema Insani Press, 1993), h. 31

[8]Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: EKONISIA, 2004), Cet 1, h. 29

[9]Yusuf Qordhawi, *Halal dan Haram Dalam Islam, Terjemahan Muamammal Hamidy* (Surabaya: Bina Ilmu, 1993), h. 38.

[10]Mujahidin, *Etika Bisnis*....., h. 120

1. Tidak jelasnya takaran dan spesifikasi barang yang dijual.
2. Tidak jelas bentuk barangnya.
3. Informasi yang diterima tidak jelas sehingga pembentukan harga tidak berjalan dengan mekanisme yang sehat.
4. Penjual dan pembeli tidak hadir dipasar sehingga perdagangan tidak berdasarkan harga pasar.

Bentuk-bentuk transaksi di atas hendaknya menjadi perhatian serius dari pelaku pasar muslim. Penegakan nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar. Artinya, nilai-nilai moralitas merupakan nilai yang sudah tertanam dalam diri para pelaku pasar, karena ini merupakan refleksi dari keimanan kepada Allah. Dengan demikian seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam, bukan sekedar mencari besarnya keuntungan melainkan dicari juga keberkahan. Keberkahan usaha merupakan kemantapan dari usaha itudengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridai oleh Allah swt. Untuk memperoleh keberkahan dalam jual-beli,

Pada saat sekarang ini para pedagang banyak yang tidak mengindahkan etika bisnis Islam yang ada. Dari prilaku para pedagang pada saat sekarang ini juga bisa kita lihat bahwa telah merosotnya nilai-nilai moral dan etika dari para pedagang Islam yang hanya mementingkan keuntungan tanpa mengindahkan keridhaan dari Allah SWT. Pedagang saat ini khususnya pedagang konveksi bisa dengan mudahnya menjual barang yang cacat dengan harga yang menjulang tinggi, mereka tidak ingin sedikit pun mengalami kerugian. Para pedagang hanya mengutamakan

penjualan dan keuntungan belaka mereka tidak mementingkan keluhan pelanggan, para pedagang kini banyak yang menyembunyikan cacat yang terdapat pada barang yang ada agar barang itu terjual. Para pedagang kini hanya mementingkan pendapatan belaka, tidak mempedulikan etika-etika yang harusnya berlaku semestinya. Permasalahannya, faktor-faktor etika bisnis Islam belum sepenuhnya diperaktekan sesuai dengan al-Qur'an dan sunnah nabi Muhammad oleh para pelaku ekonomi di era globalisas sekarang ini.

Maka dengan melihat realitas yang ada di atas penulis sangat tertarik untuk menulis lebih lanjut dan menuangkannya dalam skripsi dengan judul **"Analisis Cara Berdagang Pedagang Pakaian Konveksi di Pasar Aur Kuning Dilihat Dari Etika Bisnis Islam".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, maka penulis dapat mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Ditemui banyak pedagang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi.
2. Masing-masing Pedagang berusaha mencari pelanggan sebanyak mungkin.
3. Belum tau bagaimana cara berdagang pedagang konveksi di Aur Kuning dalam melayani pelanggan.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

   Dan untuk menghindari pengertian ganda maka penelitian ini hanya dibatasi pada analisis para pedagang pakaian konveksi di pasar Aur Kuning dilihat dari etika bisnis Islam.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana analisis cara berdagagang para pedagang pakaian konveksi di Aur Kuning dilihat dari etika Bisnis Islam.

D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Tujuan dari penelitian ini yaitu: untuk mengetahui dan menganalisis "Prilaku Para Pedagang Pakaian Konveksi di Aur Kuning Dilihat Dari Etika Bisnis Islam."

2. Kegunaan Penelitian

   Adapun kegunaan Penelitian ini adalah:

   a. Syarat untuk menyelesaikan program S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN serta menambah wawasan dalam menerapkan teori-teori yang telah didapat dibangku kuliah
   b. Sebagai bahan informasi yang berdampak positif bagi penelitian dalam mengkaji prilaku para pedagang muslim.
   c. Bagi pembaca, untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang judul skripsi yang penulis teliti dan dapat mengaplikasikannya secara empiris pada dunia nyata.

E. Penjelasan Judul

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami makna yang dimaksud,penulis perlu menjelaskan istilah-istilah yang dipakai dalam pembahasan ini:

Analisis : sekumpulan aktifitas dan proses dengan cara merangkum beberapa data mentah menjadi informasi yang dapat diinterprestasikan.[11]

Etika Bisnis Islam : Seperangkat nilai baik, buruk, benar, salah, dan halal, haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.[12]

Berdasarkan penjelasan judul di atas yang penulis maksud dengan judul proposal adalah bagaimana cara berdagang pedagang pakaian konveksi dalam menjalankan bisnisnya terutama bagi pedagang konveksi muslim Aur Kuning Bukittinggi.

F. Tinjauan Studi Terdahulu

Etika bisnis telah mendorong beberapa peneliti untuk mengadakan penelitian tentang etika bisnis Islam terhadap para pedagang khususnya pedagang muslim . Namun dalam beberapa penelitian terdahulu penulis belum menemukan pembahasan tentang identifikasi prilaku pedagang muslim ditinjau dari etika bisnis Islam

1. Penulis hanya menemukan pembahasan tentang Penerapan etika Islam dalam pelayanan oleh pedagang di pasar Aur Bukittinggi yang dilakukan oleh Redha Wahyuni(2009) penelitian ini hanya membahas tentang "*Etika*

[11] http://kbbi.web.id/analisis, pada tanggal 4 Agustus 2016, jam 03:43

[12] Ahmad Hasan Ridwan, *Etika Bisnis Islam*, dalam http://www.etikabisnisdalamislam.info.html 12 Maret 2012

Islam dalam Pelayanan Pedagang terhadap Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Pedagang Pakaian Jadi Aur Kuning Bukittinggi)". Penelitian ini hanya membahas etika secara umum, belum membahas etika tentang Islam, serta penelitian ini juga memfokuskan penelitiannya pada pelayanan pedagang pakaian jadi.[13]

2. Penelitian Miftahul Husna yang berjudul "*Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Raya Padang)*" menjelaskan bahwa pedagang di Pasar Raya Padang sebanyak 869 orang. Etika bisnis Islam relevan diterapkan pada setiap pedagang. Selain itu, adanya dampak langsung penerapan etika berdagang dalam perspektif ekonomi Islam di pasar raya Padang secara nyata terlihat dari para pedagang tetap mendapatkan keuntungan dengan menerapkan etika bisnis dalam usahanya.[14]
3. Skripsi Hajjatun Nufus dengan judul *"Etika Bisnis Pedagang Kaki Lima Pasar Padang Aro Solok Selatan"*. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui etika bisnis pedagang kaki lima pada pasar Padang Aro Solok Selatan di tinjau dari prinsip ekonomi yang sudah dijalankan pedagang kaki lima mayoritas dalam kategori baik (80%), prinsip tidak mempunyai niat jahat termasuk kategori baik (82,3).

[13]Redha wahyuni, "Etika Islam dalam Pelayanan Pedagang terhadap Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Pedagang Pakaian Jadi Aur Kuning Bukittinggi)"Skripsi IAIN Bukittinggi 2009

[14]Miftahul Husna,Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Raya Padang)"Skripsi STAI YKI Padang. 2012

Setelah membaca tinjauan pustaka diatas Nampak adanya perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian yang sekarang, perbedaan tersebut terletak pada tema pembahasan dan objek penelitian. Pada penelitian ini, analisis cara berdagang pedagang pakaian konveksi di pasar Aur Kuning dilihat dari etika bisnis Islam.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan skripsi ini, penulis membagi pembahasan menjadi lima bab, dan tiap-tiap bab terdiri dari sub bab. Untuk menjadikan pembahasan lebih terarah dan mudah dipahami, adapun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penjelasan judul, tinjauan studi terdahulu, dan sistematika.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Dalam bab in terdiri dari empat sub bab. Sub bab yang pertama menjelaskan tentang konsep prilaku pedagang, dan di dalamnya terdapat penjabaran mengenai pengerrtian prilaku, pengertian pedagang dan pengertian prilaku pedagang. Sub bab yang kedua menjelaskan tentang etika bisnis islam terlebih dahulu, yang didalamnya terdapat penjabara mengenai pengertian etika, pengertian bisnis, pengertian etika bisnis Islam, fungsi etika

bisnis islam, prinsip-prinsip etika bisnis Islam . Sub bab yang ketiga menjelaskan tentang pasar tradisional dan mekanisme pasar.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari enam sub bab. Sub bab yang pertama menjelaskan tentang metodelogi penelitian. Sub bab yang kedua menjelaskan tentang jenis penelitian yang di dalamnya terdapat sifat penelitian dan lokasi penelitian. Sub bab yang ketiga menjelaskan tentang teknik penentuan informan. Sub bab yang keempat menjelaskan tentang sumber data di dalamnya terdapat penjelasan mengenai data primer dan data skunder. Sub bab yang kelima menjelaskan tentang teknik pengumpulan data di dalamnya terdapat wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sub bab yang keenam menjelaskan tentang teknik analisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas gambaran umum dari objek penelitian penulis. Bab ini terdiri dari beberapa sub bab. Sub bab yang pertama menjelaskan tentang latar belakang berdirinya pasar Aur Kuning, di dalamnya terdapat penjabaran mengenai sejarah berdirinya,. Sub bab yang kedua menjelaskan tentang penetapan hari jadi. Sub bab yang ketiga menjelaskan tentang landasan operasional. Sub bab yang keempat menjelaskan tentang visi dan

misi. Sub bab yang kelima menjelaskan tujuan dan sasaran. Sub bab yang keenam menjelaskan pembahasan hasil penelitian

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir yang terdiri dari empat sub bab. Sub bab pertama menjelaskan tentang kesimpulan. Sub bab kedua berisi saran. Bab ini juga disertai dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran penelitian yang dibutuhkan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Prilaku Pedagang

1. Pengertian Prilaku

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, prilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang disadari maupun tidak didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dari dalam dirinya.[1] Dalam Kamus Besar Bahasa Insonesia, prilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.[2]

Dalam kehidupan sehari-hari istilah prilaku disamakan dengan tingkah laku. Menurut Koentjaraningrat dikutip oleh Rokhmad Prastowo yang dimaksud tingkah laku adalah perilaku manusia yang prosesnya tidak terencana dalam gennya atau yang tidak timbulsecara naluri saja, tetapi sebagai suatu hal yang harus dijadikan miliknya dengan belajar.[3]

Prilaku memiliki pengertian yang cukup luas, sehingga mencakup segenap pernyataan atau ungkapan, artinya bukan hanya sekedar perbuatan melainkan juga kata-kata, ungkapan tertulis dan gerak gerik.[4] Yang dimaksud prilaku

---

[1] Zakiyah dan Bintang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nila Syari'ah Terhadap Prilaku berdagang(Studi pada pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung),* Jurnal soclologie, vol. 1, No. 4 h.331

[2] http://kbbi.web.id/perilaku, pada tanggal 13 Februari 2016, jam 05:50

[3] Rokmad Prastowo, *Karakteristik Sosial Ekonomi dan Prilaku Kerja Perempuan Pedagang Asongan,* Fakultas Ilmu Social dan Politik Universitas Sebelas Maret, 2008, h.30

[4] Devos, *Pengantar Etika,* Yogyakarta: Tiara Wacana, 1987,h.27

dalam penelitian ini yaitu segala tingkah laku yang diterapkan oleh pedagang muslim Pasar Aur Kuning Bukittinggi dalam menjalankan aktifitas berdagang.

2. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.[5] Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaannya sehari-hari. Perbuatan perniagaan pada umumnya adalah perbuatan pembelian barang untuk dijual lagi. Pedagang dibagi menjadi Tiga, yaitu :

1. Pedagang besar/Distributor/Agen Tunggal

Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/agen/grosir.

2. Pedagang menengah/agen/grosir

Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

3. Pedagang eceran/pengecer

Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.

[5] Eko Sujatmiko, *Kamus IPS*, Surakarta: Aksara sinergi Media Cet.I, 2014, h.231

3. Prilaku Pedagang

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua prilaku individu, termasuk perilaku ekonomi harus merujuk pada norna-norma moral yang terdapat pada masyarakat.[6]

Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatar belakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.[7]

Prinsip ekonomi Islam bertujuan untuk mengembangkan kebajikan semua pihak sebagaimana yang dinyatakan oleh konsep *falah* yang

---

[6] Damsar, *Sosiologi Ekonomi,* Jakarta: Rajawali Pers, 2001, h.41

[7] Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisni Islam dengan Prilaku Wirausaha Muslim* (Studi tentang Prilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten), Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 1 No. ! Jauari-Juni 2014, h.13

terdapat dalam Al Qur'an. Prinsip ini menghubungkan prinsip ekonomi dengan nilai moral secara langsung. Untuk mencapai *falah*, aktifitas ekonomi harus mengandung dasar-dasar moral. Dalam membuat keputusan yang berkaitan dengan ekonomi, nilai etika sepatutnya dijadikan sebagai norma, dan selanjutnya yang berkaitan dengan ekonomi haruslah dianggap sebagai hubungan moral.[8]

Yusuf Qardawi, dalam bukunya norma dan etika ekonomi Islam secara tegas telah memisahkan antara nilai-nilai dan perilaku dalam perdagangan. Di antara norma-norma atau nilai-nilai syariah itu adalah sebagai berikut:[9]

a. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.

Perilaku yang muncul dari memahami nilai ini adalah larangan mengedarkan barang-barang haram, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan, atau cara apa sajauntuk memudahkan peredarannya.[10]

b. Bersikap benar, amanah, dan jujur.

Perilaku yang dimaksud benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah bagian dari pada sikap munafik. Bencana terbesar di dalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga. Amanat adalah

[8]Muhammad Nejatullah Siddiq, *Kegiatan Ekonomi Dalam Islam,* Jakarta : Bumi Aksara, 1996, h.5
[9]Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam,* Jakarta : Gema Insani Press, 1997, h.173
[10]*Ibid,* h.*173*

mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga atau upah. Jujur, selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang dia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.[11]

c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.

Perilaku dari nilai ini diantaranya adalah tidak melakukan *bai'gharar* (jual beli yang mengandung ketidak jelasan), tidak bertransaksi dengan lembaga riba, menyempurnakan timbangan dan takaran, tidak melakukan penimbunan barang dengan tujuan mempermainkan harga, bersegera dalam membayar hutang kalau sudah tiba waktunya, melakukan pencatatan terhadap semua transaksi usaha, dan membayar gaji karyawan tepat waktu.[12]

d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.

Kasih sayang dijadikan Allah lambang dari risalah Muhammad SAW. Islam ingin menegakkan dibawah naungan norma pasar. Kemanusiaan yang besar menghormati yang kecil, yang kuat membantu yang lemah, yang bodoh belajar dari yang pintar, dan manusia menentang kezaliman. Oleh sebab itu, Islam mengharamkan monopoli, satu unsur yang berlaku dalam paham kapitalis disamping riba. Yang dimaksud

[11] *Ibid*, h.173
[12] *Ibid*, h.173

monopoli ialah menahan barang dari perputaran di pasar sehingga harganya naik. Di antara perilaku yang berhubungan dengan nilai ini adalah tidak menggusur pedagang lain, tidak monopoli, dan tidak menjelek-jelekkan bisnis orang lain.[13]

e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.

Salah satu moral terpuji ialah sikap toleran dan menjauhkan faktor eksploitasi. Tindakan eksploitasi banyak mewarnai dunia perdagangan, terutama perdagangan yang berada di bawah naungan kapitalis. Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak-hak orang lain demi terpeliharanya persaudaraan. Jika individu dalam sistem kapitalis tidak mengindahkan hal-hal yang berkaitan dengan etika seperti tidak mengindahkan perasaan orang lain, tidak mengenal akhlak dalam bidang ekonomi, dan hanya mengejar keuntungan, maka sebaliknya, Islam sangat memperhatikannya. Islam menganjurkan kepada pedagang agar mereka bersedekah semampunya untuk membersihkan pergaulan mereka dari tipu daya, sumpah palsu dan kebohongan.[14]

f. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.

Bekal Pedagang Menuju Akhirat, salah satu moral yang juga tidak boleh dilupakan ialah, meskipun seorang muslim telah meraih keuntungan jutaan dolar lewat perdagangan dan transaksi, ia tidak lupa kepada Tuhannya. Ia tidak lupa menegakkan syariat agama, terutama shalat yang

[13]*Ibid*, h.173
[14]*Ibid*, h.173

merupakan hubungan abadi antara manusia dan Tuhannya. Perilaku yang berhubungan dengan nilai ini diantaranya adalah tidak bertransaksi pada waktu shalat jumat, tidak meninggalkan shalat/tidak melalaikan diri dari ibadah, niat yang lurus, selalu ingat kepada Allah dalam berdagang, mengukur waktu berdagang dan puas dengan keuntungan yang diperoleh, menghindari *syubhat*, dan membayarkan zakat.[15]

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika

Secara etimologi (bahasa) "etika " berasal dari kata bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, *"ethos"* berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasan, cara berpikir. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang kebiasaan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak.[16] Dalam al-Quran etika berasal dari kata *khuluq* yang berarti kebiasaan atau perangai.[17]

Etika menurut terminologi merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Di sini etika dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.[18] Etika adalah

[15]*Ibid*, h.173
[16]Udammad Mufid, *Etika dan Filsafah Komunikasi,* Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2009,Cet .I, h.173
[17]Muhammad *Etika Bisnis Islam,* Yogyakarta: UPP-AMP YPKN, 2004, h. 38.
[18]Faisal Badroen, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Prenada Medis Group, 2006, h. 4

bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.[19]

Dengan demikian ada persamaan antara etika dan moralitas. Moralitas berasal dari bahasa latin *'Mos'* yang dalam bentuk jamaknya *'Mores'* berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi, pengertian pertama secara harfiahnya, etika dan moralitas, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.[20] Namun ada pula perbedaannya yaitu etika berkaitan dengan kelakuan manusia, atau dapat dikatakan bahwa etika adalah ilmu kritis yang mempertanyakan dasar rasionalitas sistem-sistem moralitas yang ada. Dengan kata lain etika bersifat teori, sedangkan moralitas adalah sistem nilai mengenai bagaimana manusia harus hidup secara baik sebagai manusia.[21] Dengan kata lain moralitas lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum *(universal)* sedangkan moral bersifat lokal, lebih khusus.[22]

Menurut Magnis Suseno yang dikutip oleh Johan Arifin berpendapat bahwa etika adalah sebuah ilmu dan bukan ajaran. Yang memberi kita norma tentang bagaimana kita harus hidup adalah moralitas. Sedangkan

[19]Raffik Issa Beekun, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h.3
[20]Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 5.
[21]Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: WalisongoPress, 2009, h.9.
[22]Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: CV ALFABETA, 1994 h.51

etika justru melakukan refleksi kritis atau norma atau ajaran moral tertentu. Moralitas adalah petunjuk konkret yang siap pakai tentang bagaimana kita harus hidup. Sedangkan etika adalah perwujudan dan pengejawantahan secara kritis dan rasional ajaran moral yang siap pakai itu. Keduanya mempunyai fungsi yang sama, yaitu memberi kita orientasi bagaimana dan kemana kita harus melangkah dalam hidup ini. Tetapi bedanya, moralitas langsung mengatakan kepada kita.[23]

Berdasarkan beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa etika merupakan tata cara perilaku manusia dalam melakukan kegiatan yang mana kegiatan yang dilakukan oleh manusia menunjukkan perbuatan yang baik maupun buruk, dan saling berhubungan antara satu dengan yang lain.

2. Pengertian Bisnis

Kata "bisnis" dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata *"business"* dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.[24] Kata bisnis dalam al-Quran biasanya yang digunakan *al-tijarah, al-bai'*. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu *al-tijarah* yang bermakna berdagang atau berniaga yang artinya pertukaran sesuatu dengan sesuatu. Ia merupakan sebuah nama yang mencakup

[23]*Ibid*., h. 9-10 21
[24] Arifin, *Etika* ..., h. 20.

pengertian terhadap kebalikannya yakni *al-syira'* (membeli). Demikianlah *al-bai'* sering diterjemahkan dengan "jualbeli".[25]

Menurut Heri Suhendi jual beli adalah perjanjian tukar menukar barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian yang dibenarkan syara' dan disepakati.[26]

Bisnis terdapat dua pengertian pokok mengenai bisnis, *pertama,* bisnis merupakan kegiatan-kegiatan. Dan *kedua,* bisnis merupakan sebuah perusahaan. Para ahli pun mendefinisikan bisnis dengan cara berbeda. Definisi Raymond E. Glos seperti yang dikutip Husein Umar, dianggap memiliki cakupan yang paling luas, yakni:[27]

"bisnis merupakan seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka...".

Menurut Skinner sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat.[28] Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Brown dan Petrello, bisnis yaitu suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh

[25]Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002, h. 119.
[26]Heri Suhendi, *Fiqih Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008, h.68.
[27] Husein Umar, *Business anIntroduction,* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000,h. 3.
[28]Arifin, *Etika* …, h. 20.

masyarakat. Secara ringkas dapat dinyatakan bahwa bisnis suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan orang lain atau dalam masyarakat.[29]

Menurut Buchari Alma, bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintah, yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa kepada konsumen.[30]

Berbisnis merupakan salah satu jenis pekerjaan yang saat ini sedang marak menjadi perbincangan. Bisnis tidak bisa lepas dari kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jadi, bisnis merupakan tindakan individu dan sekelompok orang yang menciptakan nilai melalui penciptaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan bisnis adalah suatu kegiatan tukar menukar barang atau jasa yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhannya dan memperoleh keuntungan melalui kegiatan tersebut.

Istilah etika, secara teoritis dapat dibedakan ke dalam dua pengertian. *Pertama,* etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang artinya kebiasaan *(custom)* atau karakter *(character)*. Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke

[29]Buchari Alma, *Ajaran* ..., h.18.
[30]Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*: Bandung: Alfa Beta, 1993, h. 3.

orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. *Kedua*, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai baik, buruk, harus, benar, salah dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.[31]

Etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia. Di Indonesia, studi tentang masalah *etis* dalam bidang ekonomi dan bisnis sudah akrab dengan nama "etika bisnis", sejalan dengan kebiasaan umum dalam istilah bahasa Inggris yaitu *"Business Ethics".*[32]Namun, pada dasarnya istilah tersebut menunjuk kepada studi tentang aspek-aspek moral dari kegiatan ekonomi dan bisnis yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Selanjutnya kita dapat mendefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.[33] Sedangkan 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. Dengan

[31]Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006),h. 4
[32]Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: Penerbit UIN-Malang Press, 2007), h.9
[33]Badroen, *Etika Bisnis* ....., h.70

kebebasan tersebut manusia mampu memilihantara yang baik dan jahat, benar dan salah, halal dan haram.[34]

3. Pengertian Etika Bisnis Islam

Islam, sebagai agama *rahmatan li al-'alamin* yang bersifat universal dan komprehensif, dalam arti, bila dikontekskan dengan taraf-taraf tersebut tidak akan pernah membedakan antara taraf yang satu dengan yang lain. Demi kemaslahatan semua kalangan, Islam mengajarkan manusia agar tetap menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam segala aktivitas kehidupan. Oleh karena itu, apabila etika dikaitkan dengan masalah bisnis, maka dapat digambarkan bahwa Etika Bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan al-Qur'an dan Hadis yang harus dijadikan pedoman oleh siapa pun dalam aktivitas bisnis.

4. Dasar Hukum Etika Bisnis Islam

Pada awalnya aturan mengenai perilaku ekonomi yang islami ditetapkan oleh Al-Qur'an. Jadi, secara etika Al-Qur'an mengatur perilaku ekonomi dalam bidang produksi, konsumsi, distribusi dan sirkulasi. Hukum Allah dalam Al-Qur'an terbagi dalam dua bagian yaitu yang terang *(muhkam)* dan yang *mutasyabih* (samar). Hukum *mutasyabih* yang ditemukan oleh ummat Islam dizaman Rasulallah telah dijelaskan lewat *Sunnah*. Setelah Al-Qur'an, *Sunnah* merupakan aturan kedua yang mengatur perilaku manusia. *Sunnah* adalah praktek-praktek yang dicontohkan oleh Rasulallah saw, serta ucapan-ucapannya (hadist). Keterangan-keterangan dalam sunnah memiliki formasi

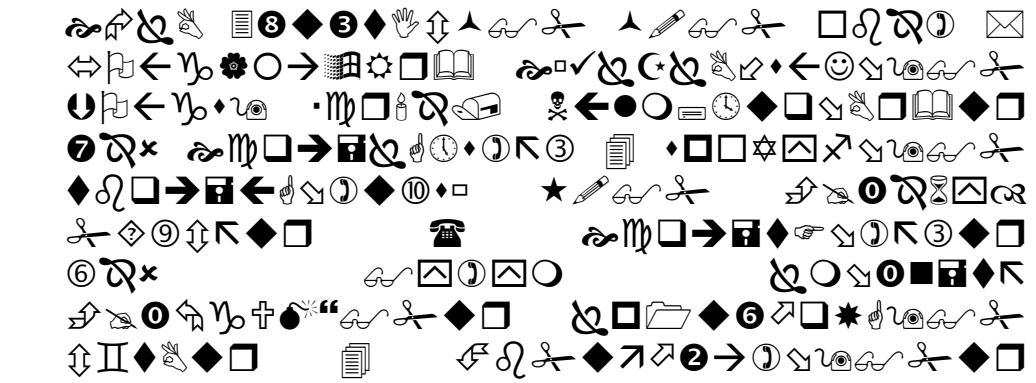
[34]Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, ter.M. Saiful Anam dan MuhammadUfuqul Mubin (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h.35

yang lebih operasional yang merupakan bentuk praktek dari konsep-konsep Al-Qur'an. Sunnah menguraikan bagaimana tata cara zakat, bentuk kerja sama ekonomi, perdagangan, pembelanjaan harta dan sebagainya. Dalam konteks waktu, sunnah menjelaskan perilaku ekonomi masa lampau.

Dengan kerangka hukum Islam yang dapat menjangkau semua dimensi waktu terdapat istilah-istilah *ijma* dan *qiyas*[35]. Pandangan Al-Qur'an tentang bisnis dan etika bisnis dari sudut pandang isinya, lebih banyak membahas tema-tema tentang kehidupan manusia baik pada tataran individual maupun kolektivitas. Hal ini dibuktikan bahwa, tema pertama dan tema terakhir dalam Al-Qur'an adalah mengenai perilaku manusia.[36] Sebagai sumber nilai dan sumber ajaran, Al-Qur'an pada umumnya memiliki sifat yang umum (tidak terperinci), karena itu diperlukan upaya dan kualifikasi tertentu agar dapat memahaminya.

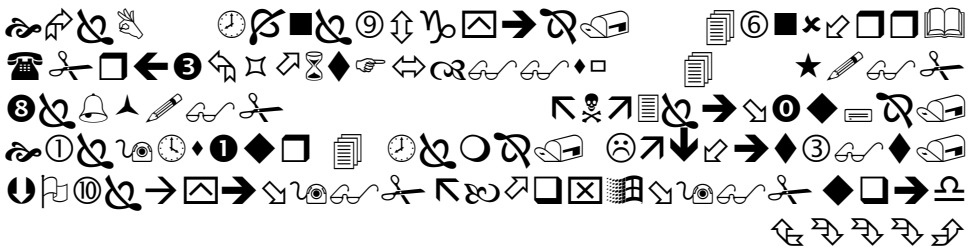
Adapun pandangan Al-Qur'an mengenai bisnis etika bisnis adalah terdapat dalam ayat-ayat Al-Qur'an, antara lain sebagai berikut:

a) Surat At-Taubah (9): 111 ditegaskan bahwa,



[35]Muhammad, dan Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis,* (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), diakses melalui www.google.com pada 13 November 2010.

[36]Fazlur Rahman, *Membangkitkan Kembali Visi al-Qur'an: Sebuah Catatan Oto biograif, Jurnal Hikmah*,No. IV, Juli-Oktober,1992



”Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka... Siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) Allah maka bergembiralah dengan jual-beli yang kamu lakukan. Dan itulah kemenangan yang besar”.

b) Bekerja juga dikaitkan dengan iman, pernyataan ini terdapat dalamsurat Al-Furqan (25):



“dan Kami hadapi segala amal yang mereka kerjakan[1062], lalu Kami jadikan amal itu (bagaikan) debu yang berterbangan.Yang dimaksud dengan amal mereka disini ialah amal-amal mereka yang baik-baik yang mereka kerjakan di dunia amal-amal itu tak dibalasi oleh Allah karena mereka tidak beriman.”

Di dalam Al-Qur’an juga ada beberapa terma yang berkaitan dengankonsep bisnis. Diantaranya adalah kata : *al Tijarah, al-bai’u,tadayantum,* dan *isytara.*[37]

5. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya).[38] Dalam pelaksanaan etika bisnis ada beberapa prinsip yang harus dianut oleh pelaku etika bisnis. Maka prinsip-prinsip dapat dirinci dengan kategori yang akan dijelaskan sebagai berikut:

---

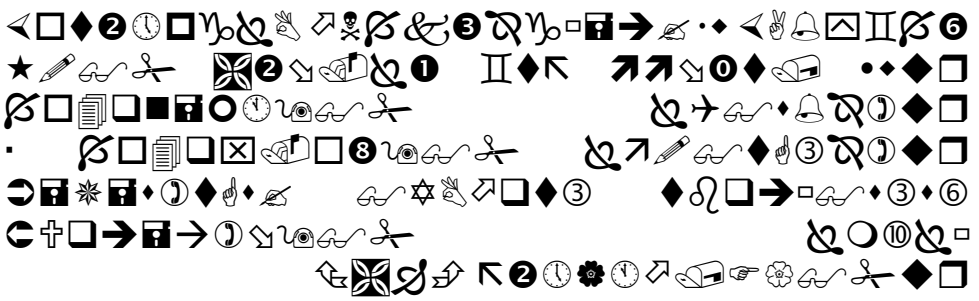
[37]Lukman Fauroni, *Rekonstruksi Etika Bisnis*: Perspektif Al Qur’an, IQTISAD Journal of Islamic Economics,Vol4, No. 1, Muharram 1424 H/March2003, h. 94

[38]Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h. 896 .

a. Prinsip *Unity* (Kesatuan)

Menurut Syed Nawab Naqwi R. Lukman Fauroni, kesatuan di sini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, dan sosial menjadi suatu *homogen eouswhole* atau keseluruhan homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.[39]

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.[40]



laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.

Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam

[39]R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006, h. 144

[40]Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, h. 89.

diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah SWT mempunyai sifat *Raqib* (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.[41]

Penerapan konsep ini, maka pengusaha muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal[42]sebagai berikut: *pertama,* menghindari adanya diskriminasi terhadap pekerja, pemasok, pembeli atau siapa pun atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin, atau agama. *Kedua,* menghindari terjadinya praktek-praktek kotor bisnis, hal ini dimaksudkan agar para pelaku bisnis senantiasa takut akan segala larangan yang telah digariskan. *Ketiga,* menghindari praktek menimbun kekayaan atau harta benda.

b. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*)

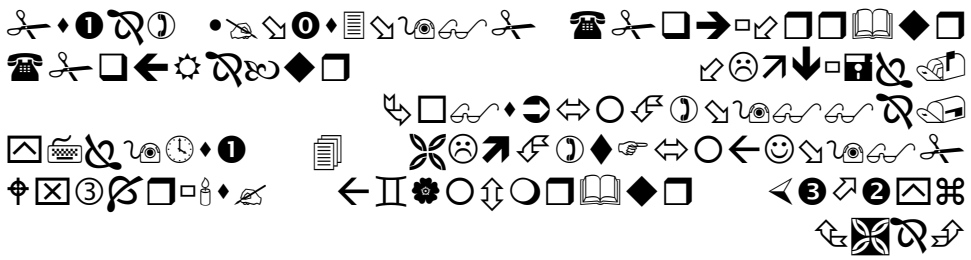
Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.[43] Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan *(Equilibrium)* yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya.

[41]Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, h.13.

[42]Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 15-16

[43]Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004, h. 55

Keseimbangan atau *'adl* menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Hukum dan keteraturan yang kita liat di alam semesta merefleksikan konsep keseimbangan yang rumit ini.[44] Tatanan ini pula yang dikenal dengan *sunnatullah*.[45]



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

Sifat kesetimbangan atau keadilan bukan hanya sekedar karakteristik alami, melainkan karakteristik dinamis yang harus diperjuangkan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Kebutuhan akan sikap kesetimbangan atau keadilan ini ditekankan oleh Allah SWT dengan menyebut umat Islam sebagai *ummatanwasatan*[46]. Untuk menjaga keseimbangan antara mereka yang berpunya dan mereka yang tak berpunya, Allah SWT menekankan arti penting sikap saling memberi dan mengutuk tindakan mengkonsumsi yang berlebih-lebihan.

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai.

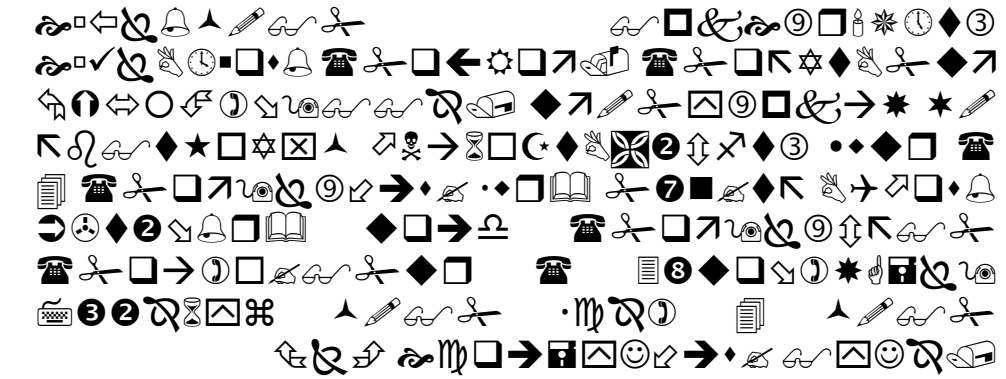
---

[44]*Ibid*, h. 36.

[45]R. Lukman, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, ….h. 146.

[46]*Ummatanwasatan* adalah umat yang memiliki kebersamaan, kedinamisan dalam gerak, arah dan tujuannya serta memiliki aturan-aturan kolektif yang berfungsi sebagai penengah atau pembenar. Lihat, Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, ...,h. 147

Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah). Tidak mengakomodir salah satu hak di atas, dapat menempatkan seseorang tersebut pada kezaliman. Karenanya orang yang adil akan lebih dekat kepada ketakwaan.[47]



"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."

Dengan demikian jelas bahwa keseimbangan merupakan landasan pikir kesadaran dalam pendayagunaan dan pengembangan harta benda agar harta benda tidak menyebabkan kebinasaan bagi manusia melainkan bagi menjadi media menuju kesempurnaan jiwa manusia menjadi khalifah.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*ikhtiar/freewill*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah SWT

[47]*Ibid,* h.91

menurunkannnya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah SWT, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah SWT yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.[48]

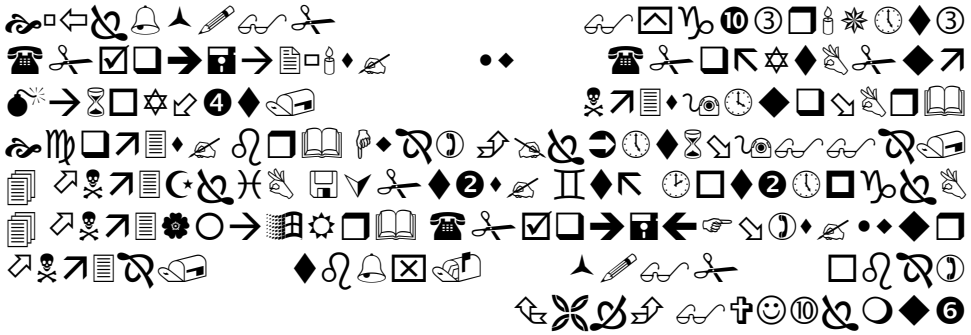
Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum menawarkan dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja mempermainkannya. Islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak mana pun untuk menentukan harga, kecuali dan hanya kecuali adanya kondisi darurat.[49]

Pasar islami harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi adanya pendistribusian kekuatan ekonomi dalam sebuah mekanisme yang proporsional. Namun, dalam Islam tentunya kehendak bebas dan berlaku bebas dalam menjalankan roda bisnis harus benar-benar dilandaskan pada

[48]Muhammad, *Etika* ..., h.56.
[49]*Ibid*, h.91

aturan-aturan syariah. Tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara yang kotor dan bisa merugikan orang banyak.[50]

Konsep ini dalam aktivitas ekonomi mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas Islam dengan adanya larang bentuk monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.[51]



"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

Manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini memang dibekali potensi kehendak bebas dalam melakukan apa saja demi mencapai tujuannya lebih dari itu potensi kebebasan yang telah dianugerahkan Allah hendaknya dijadikan sebagai sarana untuk mengarahkan serta membimbing manusia menuju kehidupan yang lebih baik sesuai aturan-aturan syariah. Berdasarkan hal tersebut, kemudian berkehendak atau berlaku bebas dapat

[50]*Ibid,* h.91
[51]*Ibid,* h.91

diterapkan pada semua aspek kehidupan ini, tak terkecuali dalam dunia perekonomian khususnya bisnis.[52]

d. Prinsip Pertanggungjawaban *(responsibility)*

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya.[53] Dalam dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.[54]

Tanggung jawab merupakan suatu prinsip dinamis yang berhubungan dengan perilaku manusia. Bahkan merupakan kekuatan dinamis individu menciptakan satu kehidupan yang dinamis dalam masyarakat. Konsepsi tanggung jawab dalam Islam mempunyai sifat terlapis ganda dan terfokus baik dari tingkat mikro (individual) maupun tingkat makro (organisasi dan sosial), yang kedua-duanya harus dilakukan secara bersama-sama. Menurut

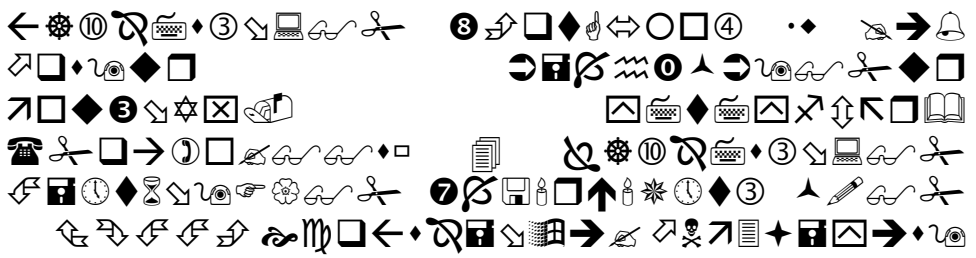
[52]*Ibid*, h.91
[53]Rafik Issa, *Etika Bisnis Islami*....h. 40
[54]Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 144

Sayyid Qutub Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.[55]

e. Prinsip Kebajikan *(Ihsan)*

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpaadanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah melihat.[56]

Keihsanan adalah tindakan terpuji yang dapat mempengaruhi hampir setiap aspek dalam hidup, *keihsanan* adalah atribut yang selalu mempunyai tempat terbaik disisi Allah. Kedermawanan hati (*leniency*) dapat terkait dengan *keihsanan*. Jika diekspresikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan yang dialami orang lain.



[55]Rafik Issa, *Etika Bisnis Islami*,..., h.41.
[56]Rafik Issa, *Etika Bisnis Islami*.....h. 60

Katakanlah: "tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."

Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan. Aplikasinya, menurut al-Ghazali terdapat tiga prinsip pengejawantahan kebajikan: *Pertama*, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya, jika perlu mengutangi utangnya. *Kedua*, menerima pengembalian barang yang sudah dibeli. *Ketiga*, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba.

Dalam sebuah kerajaan bisnis, terdapat sejumlah perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma *ihsan* dalam bisnis[57]

a. Kemurahan hati *(leniency)*

b. Motif pelayanan *(servicemotives)*

c. Kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas.

C. PASAR

1. Pengertian Pasar

Pasar tediri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu serta mau dan mampu dalam melakukan pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan.[58] Konsep pasar membawa kita kembali pada konsep pemasaran, dimana pemasaran merupakan dimensi pertama dan utama dari perusahaan. Definisi dari pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan

[57]Achmad Charris Zubbir, *Kuliah Etika,* Jakarta: Rajawali Press,1995, Ed. III

[58]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian,* (Jakarta: Salemba Empat, 1995), Edisi 8, h. 14.

keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.[59]

Ukuran suatu pasar tergantung pada jumlah pembeli yang berada dalam pasar tersebut. Pembeli potensial memiliki tiga karakteristik pokok, yaitu mempunyai minat, penghasilan dan akses. Berdasarkan ketiga karakteristik ini, ada lima level definisi pasar yaitu:

1. Pasar potensial *(potential market)*, yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki tingkat minat tertentu terhadap penawaran pasar tertentu.
2. Pasar yang tersedia *(available market)*, yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, dan akses pada penawaran pasar tertentu.
3. Pasar tersedia yang memenuhi syarat *(qualified available market)*, yaitu sekumpulan konsumen yang memiliki minat, penghasilan, akses, dan kualifikasi untuk penawaran pasar tertentu.
4. Pasar yang dilayani *(served market atau target market)*, yaitu sebagian dari *qualified available market* yang ingin dimasuki perusahaan.
5. Pasar penetrasi *(penetration market)*, yaitu sekumpulan konsumen yang benar-benar telah membeli produk.[60]

2. Mekanisme Pasar

Dalam Islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoretis maupun praktis, Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai syari'ah, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Hal ini tentu saja bukan hanya kewajiban personal pelaku pasar tetapi

[59]Lukman Fauroni, *Rekonstruksi Etika Bisnis*....., h. 102

[60]Santoso Singgih dan Tjiptono Fandy, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), h. 64

juga membutuhkan intervensi pemerintah. Untuk itulah maka pemerintah mempunyai peranan yang penting dan besar dalam menciptakan pasar yang Islami, sebagaimana ditunjukkan oleh adanya hisbah pada masa Rasulullah dan sesudahnya.[61] Gambaran pasar yang islami adalah pasar yang di dalamnya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan nilai dan moralitas Islam. Nilai dan moralitas Islam itu secara garis besar terbagi dua: *Pertama*, norma yang bersifat khas yaitu hanya berlaku untuk muslim. *Kedua*, Islam juga sangat memperhatikan norma yang berlaku dalam masyarakat umum dan berlaku secara universal seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan.

Nilai-nilai ini sangat ditekankan dalam Islam bahkan selalu dikaitkan dengan keimanan kepada Allah. Keterikatan seorang muslim dengan norma-norma ini akan menjadi sistem pengendali yang bersifat otomatis bagi pelakunya dalam aktifitas pasar.[62] Dengan mengacu kepada Al-Quran dan praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibn Taymiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang Islami adalah:

1. Orang harus bebas untuk keluar dan masuk pasar.
2. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang-barang dagangan.
3. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antara penjual dan pembeli harus dihilangkan.
4. Adanya kenaikan dan penurunan harga yang disebabkan naik turunya tingkat permintaan dan penawaran.

[61]Akhmad Mujahidin, *Etika Bisnis dalam Islam (Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis), Hukum Islam*, Vol. IV No. 2, Desember 2005, h. 121

[62]Mujahidin, *Etika Bisnis dalam Islam*....., h. 122

5. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang

6. Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur, seperti sumpah palsu, kecurangan dalam menakar, menimbang, dan mengukur, dan niat yang buruk dalam perdagangan.

7. Pelaku pasar juga dilarang menjual barang-barang haram seperti minuman keras, alat perjudiandan pelacuran, dan lain-lain.[63]

Dengan memperhatikan kriteria pasar Islami tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pasar Islami itu dibangun atas dasar terjaminnya persaingan yang sehat yang dibingkai dalam nilai dan moralitas Islam. Untuk menjamin agar kriteria ini tetap terjaga dengan baik diperlukan seorang muhtasib yang memiliki peranan aktif dan permanen dalam menjaga mekanisme pasar yang islami sehingga dapat dijadikan model bagi peran pemerintah terhadap pasar. Pengawasan secara cermat terhadap mekanisme pasar harus dilakukan demi tegaknya kepentingan sosial dan nilai-nilai akhlak Islami yang diinginkan semua pihak.

Mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang ia sukai. Ibn Taymiyah menempatkan kebebasan pada tempat yang tinggi bagi individu dalam kegiatan ekonomi, walaupun beliau juga memberikan batasan-batasannya. Selain itu juga diperlukan kerjasama saling membantu antara masyarakat satu dengan masyarakat yang lain untuk mewujudkan kesejahteraan

[63]Ibn Taymiyah, *Majmu' Fatawa Shaykh al-Islam Ahmad Ibn Taymiyah* (Riyad: Matbaat al-Riyad, 1387 H), h. 78

bersama. Segala sesuatu itu boleh dan sah dilakukan sampai ada larangan khusus yang bertentangan dengan syari'ah Islam, khususnya dalam hal penipuan dan hal-hal yang merugikan.[64]

3. Etika Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.[65] Dalam konteks etika pemasaran yang bernuansa Islami, dapat dicari pertimbangan dalam Al-Qur'an. Al-Qur'an memberikan dua persyaratan dalam proses bisnisyakni persyaratan horizontal (kemanusiaan) dan persyaratan vertikal *(spritual).* Surat Al-Baqarah menyebutkan "Kitab (Al-Qur'an) ini tidak ada yang diragukan didalamnya. Menjadi petunjuk bagi orang-orang yang bertakwa". Ayat ini dapat dijadikan sebagai pedoman dalam etika marketing: [66]

1. Allah memberi jaminan terhadap kebenaran Al-Qur'an, sebagai *reability product guarantee.*
2. Allah menjelaskan manfaat Al-Qur'an sebagai produk karyaNya, yakni menjadi *hudan* (petunjuk).
3. Allah menjelaskan objek, sasaran, *customer*, sekaligus target penggunaan kitab suci tersebut, yakni orang-orang yang bertakwa.

[64]Mujahidin, *Etika Bisnis dalam Islam*....., h. 123
[65]Kotler, *Manajemen Pemasaran*....., h. 8
[66]Achyar Eldine, *Etika Bisnis Islam,* Khazanah, Vol. 3, No. 3, Oktober 2007.

Isyarat diatas sangat relevan dipedomani dalam melakukan proses *marketing*, sebab *marketing* merupakan bagian yang sangat penting dan menjadi mesin suatu perusahaan. Mengambil petunjuk dari kalimat ”jaminan” yang dijelaskan Allah dalam Al-Qur’an, maka dalam rangka penjualan itupun kita harus dapat memberikan jaminan bagi produk yang kita miliki. Jaminan tersebut mencakup dua aspek:[67]

1. Aspek material, yakni mutu bahan, mutu pengobatan, dan mutu penyajian.
2. Aspek non material, mencakup; ke-*Halalan*, ke-*Thaharahan* (Higienis), dan ke-Islaman dalam penyajian.

Urutan kedua yang dijelaskan Allah adalah manfaat dari apa yang dipasarkan. Jika ini dijadikan dasar dalam upaya marketing, maka yang perlu dilakukan adalah memberikan penjelasan mengenai manfaat produk *(ingridients)* atau manfaat proses produksi dijalankan. Adapun metode yang dapat digunakan petunjuk Allah:

”Beritahukanlah kepadaku (berdasarkan pengetahuan) jika kamu memang orang-orang yang benar”[68]

Ayat tersebut mengajarkan kepada kita bahwa untuk meyakinkan seseorang terhadap kebaikan yang kita jelaskan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data dan fakta. Jadi dalam menjelaskan manfaat produk, nampaknya peranan data dan fakta sangat penting, bahkan seringkali data dan fakta jauh lebih berpengaruh dibanding penjelasan.

[67]Eldine, *Etika Bisnis Islam*.....h.91
[68]*Q.S Al-An am (143)*

Ketiga adalah penjelasan mengenai sasaran atau *customer* dari produk yang kita miliki. Dalam hal ini kita dapat menjelaskan bahwa makanan yang halal dan baik *(halalan thoyyiban),* yang akan menjadi darah dan daging manusia, akan membuat kita menjadi taat kepada Allah, sebab konsumsi yang dapat mengantarkan manusia kepada ketakwaan harus memenuhi tiga unsur: [69]

a. Materi yang halal
b. Proses pengolahan yang bersih *(Higienis)*
c. Penyajian yang Islami

4. Pasar Tradisional

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar adalah tempat bertemu nya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.[70]

Dalam pengertian sederhana, pasar adalah tempat bertemu nya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar merupakan tempat berkumpul para penjual yang menawarkan barang ataupun jasa kepada pembeli yang mempunyai keinginan dan kemampuan untuk memiliki barang dan jasa tersebut hingga terjadinya kesepakatan transaksi atau transfer atas kepemilikan barang atau kenikmatan jasa.[71]

---

[69]Achyar Eldine, *Etika Bisnis Islam*.....h.91

[70]Peraturan presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern*, 2007. WWW.bpkp.go.id , 7-6-2015 19:29

[71]Suwinto, *Studi* ....,h. 40

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah situasi seseorang atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah kedua pihak telah mengambil kata sepakat tentang harga terhadap sejumlah (kuantitas) barang dengan kualitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, pembeli dan penjual mendapat manfaat dari adanya transaksi atau pasar. Pihak pembeli mendapat barangyang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang.[72]

Kasmir mendefinisikan pasar sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pasar juga dapat diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi antara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan permintaan dan penawaran.[73]

Secara sederhana, definisi pasar selalu dibatasi oleh anggapan yang menyatakan antara pembeli dan penjual harus bertemu secara langsung untuk mengadakan interaksi jual beli. Namun, pengertian tersebut tidaklah sepenuhnya benar karena seiring kemajuan teknologi, internet, atau malah hanya dengan surat. Pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, mereka dapat saja berada di tempat yang berbeda atau berjauhan. Artinya, dalam proses pembentukan pasar, hanya dibutuhkan adanya penjual,

[72]Akhmad , *Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007, h.143. h 156
[73]Kamsir, *Kewirausahaan,* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2007, h.156

pembeli, dan barang yang diperjualbelikan serta adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Pasar adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang, untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Dari definisi tersebut dapatlah diketahui adanya tiga unsur penting yang terdapat dalam pasar, yakni:

1. Orang dengan segala keinginannya.
2. Daya beli mereka.
3. Kemauan untuk membelanjakan uangnya.

Menurut Peraturan menteri Perdagangan Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Nomor 70 tahun 2013 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.[74]

[74]Peraturan Mentri Perdagangan, *Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modren*, Nomor:70, tahun 2013, h.4

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah cara yang dilaksanakan seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada ditempat penelitian dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan, hal ini dilakukan untuk menemukan kebenaran.[1] Berbagai hal yang menjadi bagian dari metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan *(fieldresearch),* yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti[2] yaitu para pedagang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas dan mendalam.[3] Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematik dan akurat fakta dan karakteristik bidang tertentu. Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami

[1]Kontjaraningrat, *Metodelogi Penelitian Masyarakat,* Jakarta: PT.Gramedia, 1981, h.13
[2]Hadi Sutrisni, *Metodelogi Research,* Yogyakarta : Andi offset, 2001, h.32
[3]Sugiono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* Bandung: Alfabeta, cet. 19, 2013, h.209

fenomena sosial (tindakan manusia)[4] di mana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistikmelainkan analisis data dilakukan secara induktif.[5] Dalam penelitian ini meneliti tentang perilaku pedagang di pasar Aur Kuning Bukittinggi berdasarkan etika bisnis Islam.

1. Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan proposal ini, yang akan menjadi objek studi penelitian adalah pedagang pasar Aur Kuning. Dengan sampel pedagang yang berada pada lingkungan Aur Kuning. Jenis penelitian yang di gunakan pada penelitian ini adalah kausalitas, yakni tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih.[6] Jenis ini digunakan untuk menjelaskan identifikasi prilaku pedagang muslim terhadap Etika Bisnis Islam pedagang pasar Aur Kuning.

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang yang berdagang di pasar aur Kuning. Adapun yang menjadi sasaran penelitian ini adalah pedagang yang menempati kios-kios dan los-los yang tersedia pada pasar Aur Kuning. Pasar Aur Kuning dipilih sebagai lokasi penelitian karena lokasi ini terletak di Kota Bukittinggi sebagai pusat grosir Sumatra Barat. Pedagang di pasar Aur Kuning bersifat heterogen yaitu terdiri dari berbagai suku bangsa, pendidikan dan komoditi yang diperdagangkan.

---

[4]Burhan Bungin (ed), *Metodelogi Penelitian Kualitatif,* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, h. 42

[5]Sugiono *Metode*,…h.9

[6]Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), Edisi Pertama, h. 27

2. Informan

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.[7] Pemanfaatan informan bagi peneliti adalah untuk membantu agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang dapat dijangkau serta untuk menghindari terjadinya pengulangan data. Subjek dan informan dalam penelitian yang dimaksud adalah informan penelitian yang berfungsi untuk menjaring sebanyak-banyaknya data dan informasi yang akan berguna bagi pembentukan konsep dan proposisi sebagai temuan penelitian.[8]

Dalam penelitian ini penentuan informan menggunakan teknik/cara purposive yang bermaksud untuk mendapatkan informasi sesuai dengan permasalahan penelitian.[9] Menurut Sugiyono Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampelsumber datanya adalah orang yang ahli dibidang makanan. Pada penelitian ini, mengelompokkan informan berdasarkan jenis bisnis dan yang beragama Islam, kemudian dari masing-masing kategori diambil satu sebagai sampel. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak sepuluh orang pedagang konveksi di pasar Aur Kuning Bukittinggi

[7]Lexy J Melong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif,* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004, h. 132
[8]Bungin, Burhin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif,* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2001, h.90
[9]Ibid.,h.90

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau obyek peneliti.[10]Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara maupun observasi langsung dengan para pedagang di pasar Aur Kuning Bukittinggi, serta informan yang terkait dengan penelitian ini. Dengan kata lain data primer diperoleh dari para pedagang sebagai informan

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung tetapi diperoleh melalui orang atau pihak lainmisalnya dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang isinya masih berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.Dalam penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi, website,buku, jurnal, serta data yang diperoleh dari kantor petugas pasar Aur Kuning yang menunjang penelitian

Dalam pengumpulan data dari penelitian ini, penulis menggunakan beberapa cara yaitu:

[10]M. Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya.* Jakarta: Cet.1, 2004, h.122

1. Wawancara *(Interview*)

Wawancara atau *interview* adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi keterangan. atau keterangan.[11]Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan para pedagang pasar Aur Kuning Bukittinggi. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (*semistructureinterview*) artinya peneliti menyiapkan pertanyaan terlebih dahulu, akan tetapi pelaksanaannya lebih bebas, dalam arti tidak menutupkemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari narasumber secara lebih luas.[12]

2. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati, serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis.[13]Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipasi pasif, artinya peneliti datang ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas (jual beli)

[11]Cholid Narbuko dan Abu Ahmadi,*Metodelogi Penelitian,* Jakarta: PT Bumi Aksara, Cet. 10, 2009, h. 70

[12]Sugiono, *Metode,…, h. 232*

[13]Harris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Pengalihan Data Kualitatif,* Jakarta: Rajawali Pres, 2013, h.132

yang dilakukan oleh objek yang diamati.[14]Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan perilaku pedagang di pasar Aur Kuning Bukittinggi

4. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data atau hal- hal variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.[15] Dalam hal ini penulis mengambil dokumentasi yang terkait dengan objek pengamatan di Pasar Aur Kuning Bukittinggi seperti catatan harian.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data dikumpulkan, kemudian penulis menganalisis data dengan menggunakan teknik analisis deskriptif.Penulis melakukan analisis data dengan memberikan pemaparan gambaran situasi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif.[16]Teknik analisis data yang penulis pakai dalam penelitian ini adalah mengolahnya sesuai dengan aspek masalah yang disusun, kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif melalui penguraian secara tertulis.Dalam sistem ini untuk mendapatkan keabsahan data, maka penulis melakukan teknik analisa data agar data yang diperoleh valid berupa:

1. Data yang didapat disajikan dalam bentuk narasi
2. Menarik kesimpulan dari data yang telah disajikan pada tahap kedua

[14]Sugiono, *Metodelogi*…,h.227

[15]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998), hal. 237.

[16] Subagyo Joko, *Metodologi Penelitian dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997) hal. 39.

6. Trigulasi Data

Trigulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data berupa membandingkan antara observasi dan wawancara yang penulis lakukan untuk keperluan pengecekan data[17]. Data yang didapat akan lebih kuat sebagai bahan bukti dari penelitian tersebut. Trigulasi berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan atas suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal ini dapat dicapai melalui:

1. Membandingkan antara data yang asli pengamatan dengan data asli wawancara.
2. Membandingkan data yang dikatakan orang didepan umum dengan wawancara pribadi.
3. Membandingkan pernyataan yang dikatakan oleh pedagang konveksi tentang situasi penelitian dengan pernyataan yang dikatakan oleh Pedagang

Hal ini penulis lakukan untuk melihat kevalidan data yang diperoleh, karena apa yang dikatakan informan ketika sendirian dan pada ketika orang banyak berbeda dengan hasil pengamatan.

[17]Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian* …… hal. 190.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Monografi pasar Aur Kuning Bukittinggi

1. Sejarah Pasar Aur Kuning

Kota Bukittinggi adalah salah satu kota yang berada di Sumatra Barat yang luasnya hanya 0,06% dari luas provinsi Sumatra Barat. Kota Bukittinggi terletak pada serangkaian Bukit Barisan yang membujur sepanjang pulau Sumatra, dan dikelilingi oleh dua gunung berapi yaitu Gunung Singglang dan Gunung Merapi. Kota ini berada pada ketinggian 909-941 meter di atas permukaan laut dan memiliki hawa yang cukup sejuk dengan suhu berkisar antara 16.1-24.9°C. total luas wilayah kota Bukittinggi saat ini adalah 25,24 km^2.[1]

Kota Bukittinggi memiliki bukit-bukit dan lembah, beberapa bukit tersebut terbesar dalam wilayah perkotaan, diantaranya Bukit Ambacang, Bukit Mandiangin, Bukit Campago, Bukit Cangang dan sebagainya. Selain itu terdapat lembah yang dikenal dengan nama Ngarai Sianok dengan kedalaman yang bervariasi antara 75-110 M, yang dasarnya mengalir sebuah sungai yang disebut dengan Sungai Batang Masang.

Kota Bukittinggi terletak dalam lingkaran wilayah kabupaten Agam, yang mempunyai batas wilayah:

[1]Tim Litbang Kompas, *Profil Daerah Kabupaten Dan Kota Jilid 2,* (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2003), h. 115

Sebelah Utara : Berbatasan dengan Banuhampu (Kecamatan Banuhampu Sungai Puar)

Sebelah Selatan : Berbatasan dengan nagai Gadut dan Nagari Kapau (Kecamatan Tilatang Kamang)

Sebelah Barat : Berbatasan dengan Nagari Sianok, Nagari Guguak dan Nagari Koto Gadang (Kecamatan IV Koto)

Sebelah Timur : Berbatasan dengan Nagari IV Angkek (Kecamatan IV Angkek)

Kota Bukittinggi sangat popular dengan sebutan kota Jam Gadang. Jam Gadang adalah jam besar yang menjadi symbol sekaligus pusat keramaian kota Bukittinggi.[2] Dari menara tempatberdirinya Jam Gadang inilah kegiatan wisata dan belanja bisa dimulai. Kota Bukittinggi memiliki pasar pendukung yang sangat menunjang kegiatan perekonomian masyarakat kota Bukittinggi yaitu:

a. Pasar Atas
b. Pasar Bawah
c. Pasar Aur Kuning

2. Penetapan hari jadi kota Bukittinggi

Penetapan hari jadi suatu Kota sngat penting artinya, baik bagi warga masyarakat maupun bagi pemerintah Ibukota itu sendiri. Bagi Ibu

[2] Tim Litbang Kompas, *Profil Daerah Kabupaten Dan Kota Jilid 2,* (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2003), h. 115

kotaBukittinggi sendiri memang sangat penting makna dari hari jadi tersebut dengan tujuan:[3]

a. Mengetahui landasan historis kehidupan kota untuk memahami nilai ideal yang terkandung dalam pengalaman sejarah.

b. Memperoleh identitas kehadiran kota dipenta sejarah perkembangan bangsa secara keseluruhan.

c. Memperoleh landasan ideal dalam merintis perkembangan kota selanjutnya.

Berdasarkan hal tersebut di atas maka Pemerintah Daerah Kota Bukittinggi mengadakan pertemuan dengan tokoh-tokoh masyarakat baik yang berada di daerah mapun yang berada di perantauan dan terakhir minta pendapat, DPRD memberikan beberapa alternative tanggal yang dapat ditetapkan sebagai hari jadi kota Bukittinggi,, kemudin meminta beberapa pendapat beberapa tokoh masyarakat, baik yang berada di Kerapatan Adat Nagari (KAN) maupun kepada Kerapatan Adat Kurai (KAK) dengan disertai harapan suatu lembaga yang beroperasional untuk menseminarkannya.

Dengan kerja sama antara Universitas Andalas dengan Pemerintah Daerah diselenggarakan suatu seminar yang melibatkan beberapa pakar sejarah baik tingkat daerah maupun tingkat nasional. Setelah kepresidan Sumatra Barat menjadi Propinsi Sumatra Barat, maka Bukittinggi juga ditunjuk sebagai Ibukota Propinsi. Semenjak tahun 1958, secara *Defacto*

[3] Pemerintah Kota Bukittinggi, *Bukittinggi Dalam Angka 2007*, h. xxxviii

Ibukota Propinsi dipindahkan ke Padang.[4] Namun secara *De Yure* baru tahun 1979 Bukittinggi tidak lagi menjadi Ibukota Sumatra Barat. Dengan keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 1979, maka Ibukota Propinsi Sumatra Barat resmi dipindahkan ke Padang

Pada masa setelah Republik Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945, Kota Bukittinggi manjalani fase sebagai berikut:[5]

a. Zaman permulaan kemerdekan, wilayah administrasi Kota Buittingi sebagai wilayah *Atandsgemeentre Fort De Kock* dahulu, Walikota pertama dizaman Republik diangkatlah Bermawi St. Rajo Ameh.

b. Kota Bukittinggi di bawah pengaturan ketetapan Gubernur nomor 391 tanggal 9 Juni 1947, yaitu pembentukan kota Bukittinggi sebagai kota yang berhak mengatur dirinya sendiri.

c. Kota Bukittinggi berdiri bawah pengaturan ketetapan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1956 sebagai Undang-Undang pembentukan kota-kota besar lainnya dalam lingkungan Propinsi Sumatra Tengah dan Undang-Undang Pemerintah Daerah Nomor 22 Tahun 1948.

d. Kotapraja Bukittinggi sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang Pemerintahan Daerah Nomor 1 Tuhun 1957. Penetapan presiden Nomor 5 Tahun 1960.

[4] Pemerintah Kota Bukittinggi, *Bukittinggi Dalam Angka 2007*,..xxxviii
[5]Pemerintah Kota Bukittinggi, *Bukittinggi Dalam Angka 2007*,..xxxviii

e. Kota Bukittinggi sebagaimana yang diatur Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1959 dan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1974 tentang pokok-pokok pemerintahan di daerah.

Berdasarkan hasi seminar tersebut dan setelah mendapat persetujuan oleh DPRD Kota Bukittinggi dengan surat keputusan No.10/SK/II/DPRD/1988 menetapkan hari jadi Bukittinggi tanggal 22 Desember 1948.

Dengan memperhatikan bermacam ragamnya status maupun fungsi yang diemban Bukittinggi seperti yang diuraikan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Bukittinggi memang cukup strategis letakya dan ditunjang oleh hawanya yang sejuk karena terletak disalah satu puncak Bukit Barisan.

Kalau dilihat dari kegiatan social masyarakatnya, Bukittinggi tidak kurang pula peranannya baik dalam ukuran regional, nasional, dan bahkan intrnasional. Di Kota ini sering diadakan rapat-rapat kerja pemerintah, pertemuan-pertemuan ilmiah, konres-kongres oleh organisasi kemasysrakatan dan lain sebagainya. Pembahasan peneliti saat ini hanya memfokuskan pada Pedagang Konveksi di Pasar Aur Kuning Bukittinggi.

Secara administrative, kota Bukittinggi terdiri dari 3 Kecamatan dengan 24 Kelurahan. Kecamatan yang terluas adalah Kecamatan Mand Angin Koto Selayan dengan luas wilayah 12.156 Km².[6]

[6]Pemerintah Kota Bukittinggi, *Bukittinggi Dalam Angka 2007*,..xxxviii

Kondisi alam Bukittinggi berupa perbukitan dengan lapisan *Tuff* dari lereng Gunung Merapi sehingga tanahnya subur, namun demikian luas daerah yang dimanfaatkan untuk pertanian sedikit sekali. Hal ini disebabkan sebagianbesar digunakan untuk pemukiman penduduk, hotel, dan pasar. Lokasi pasar yang terluasterletak di Kecamatan Guguak Panjang yaitu Aur Kuning.

Pasar Aur Kuning Bukittinggi dibangun pada tahun 1981 saat itu keadaan pasar belum seperti pada saat sekarang ini, yang hanya ada kios-kios kecil, gerbong-gerbong dan los-los apa adanya. Setelah beberapa saat pasar Aur Kuning terus berkembang hingga dibangun *Inkorba* karena di bangun PT INKORBA yaitu took yang berada di Blok B, disebut *Inkorba* karena dibangun oleh PT INKORBA.[7]

Pada tahun 1996 baru dibangun toko tahap I dan pada tahun 1998 dibangun lagi took tahap II. Pembangunan took tahap I dan tahap II ini karena pindahan dari pedagang Pasar Ateh ke pasar Aur Kuning. Pindahan pedagang pasar Ateh ke pasar Aur Kuningini dikerenakan kondisi pasar Ateh pada saat dipenuhi oleh para pedagangyang menjual hasil kerajinan khas Minang Kabau dan hasil bumi lainnya yang sangat banyak.maka dibangun lagi kawasan pasar untuk mengatasi para pedagang yang bertumpuk yaitu pasar Aur Kuning Bukittinggi, para pedagang yang dipindahkan hanya para

[7] Rosermios, Ka. Bidang Pengelolaan Pasar Aur Kuning, 23 Juli 2016

pedagang yang berjualan kain saja. Sehigga pasar Aur Kuning Bukittinggi sudah menjadi pasar Grosir dan pasar Konveksi.[8]

Pasar Aur Kuning khusus melayani permintaan barang dalam jumlah besar atau grosir. Sama halnya pasar Tanah Abang Jakarta, demikian pula masyarakat menyebutkan bahwa pasar Aur ini merupakan pasar Tanah Abangnya Bukittinggi. Hal ini karena pasar Aur Kuning merupakan pusat perdagangan terbesar kedua setelah Tanah Abang dan merupakan pasar terbesar di Sumatra Barat.[9]

Letak dari pasar Aur Kuning Bukittinggi ini sangat strategis yaitu terletak pusat kota Bukittinggi dan juga dukungan oleh sarana transportasi yang sangat mudah dicapai yaitu Pasar Aur Kuning yang dekat dengan terminal antar kota dan transportasi, sehingga hal tersebut sngat menguntungkan para konsumen pembeli dan juga pedagang. Soal kualitas barang idak akan kalah bersaing, bahkan para wisatawan dari Negara tetangga suka berbelanja ke kota Bukittinggi khususnya pasar Aur Kuning Bukittinggi, seperti Malaysia, Singapura, dan Brunai. Dari data yang peneliti dapat dari Dinas Pasar Aur Kuning Bukittinggi maka luas bangunan Pasar Aur Kuning ini adalah 2,3 hektar, yang didalamnya terdapat 1497 petak took yang secara garis besar dapat dilihat pada table berikut ini:[10]

[8] Wendrizal, Ka. Seksi Kebersihan, Keamanan dan Ketertiban, 23 24 Juli 2015
[9] Tim Litbang Kompas, *Profil Daerah Kabupaten dan Kota Jilid 2,…h.117*
[10] Hendri, Ka.seksi Retribusi, evaluasi dan Pelaporan Pasar Simpang Aur, 1 Agustus 2016

TABEL 4.1

Jumlah Toko di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

NO	Nama Blok	Jumlah Toko
1	Blok A Lantai 1	50
2	Blok A Lantai 2	66
3	Blok B Lantai 1	40
4	Blok B Lantai 2	40
5	AURI	80
6	Al-Ibad	87
7	Blok C	140
8	Blok CC	42
9	Blok D Lantai 1	5
10	Blok D Lantai 2	249
11	Blok E	20
12	Blok F	38
13	Blok G	14
14	Blok H	69
15	Blok I Lantai 1	9
16	Blok I Lantai 2	9
17	Blok J Lantai 1	80
18	Blok J Lantai 2	20
19	Blok K	7
20	Blok L	11

21	Blok M.A	16
22	Blok M.B	24
23	Blok N Lantai 1	38
24	Blok N Lantai 2	21
25	Blok O	14
26	Blok T	30
27	Bangunan Tahap 2	109
28	Srikandi	20
29	Blok X Tahap 1	44
30	Rehap Bangunan	42
31	Bawah Kantor	8
32	Bawah Tangga Tahap 1	8
33	Bawah Jenjang A.1	6
34	Bawah Tangga Tahap 2	10
35	SPJ Tahap 1 dan 2	4
36	Ujung Barat Blok C	2
37	Bawah Jembatan Blok C	4
38	Bawah Tangga Blok C	4
39	Tahap 2 Lantai 3	17
JUMLAH		**1497 Petak toko**

Sumber: Hendri, Ka.seksi Retribusi, (2016)

3. Visi dan misi

a. Visi Dinas Pengelolaan Pasar

Visi dinas pengelolaan pasar yaitu mewujudkan pasar sebagai magnit ekonomi yang tertib, aman, nyaman dan ramah lingkungan.[11]

b. Misi Dinas Pengelolaan pasar

1) Meningkatkn pelayanan pengelolaan pasar.

2) Meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD).

3) Mewujudkan pasar yang tertib, aman, nyaman dan ramah linkungan.

4. Tujuan dan Sasaran Dinas Pengelolaan Pasar

1. Tujuan dinas pengelolaan pasar adalah:

a) Meningkatkan pelayanan public

b) Meningkatkan pendapatan dari pasar sebagai penopang pendapatan asli daerah (PAD)

c) Meningkatkan sarana dan prasarana pengelolaan pasar.

d) Mewujudkan aktifitas perdagangan yang kondusif dan ramah lingkungan.

e) Meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana pasar.

2. Sasaran dinas pengelolaan pasar

a) Meningkatkan professional sumber daya manusia pengelolaan pasar

b) Meningkatkan realisasi pendapatan asli daerah dari retribusi pasar

c) Terwujudnya perlindungan konsumen dan pengamanan perdagangan

d) Meningkatkan suasana aman dan nyaman dalam aktivitas perdagangan dikawasan pasar.

[11] Tim Litbang Kompas, *Profil Daerah Kabupaten dan Kota Jilid 2,...h.117*

e) Terwujudnya penataan pedagang kaki lima dan asongan

f) Menata dan mengembangkan pasar yang ada menjadi pasar tradisional yang modern dan ramah lingkungan.[12]

B. Prilaku Pedagang Pakaian Konveksi

Setelah penulis menguraikan monografi pasar Aur Kuning Bukittinggi, penulis selanjutnya menguraikan dan mengetahui bagaimana prilaku para pedagang di pasar Aur Kuning Bukittinggi, agar para pedagang dapat memperbaiki prilaku yang kurang sesuai dengan ajaran syariah. Maka penulis melanjutkannya melalui pengumpulan data wawancara yang telah dilakukan. Wawancara yang penulis lakukan ini terhadap dinas pengelolaan pasar dan para pedagang konveksi muslim di Aur Kuning Bukittinggi. Tujuannya agar penulis lebih mengetahui bagaimana sebenarnya prilaku pedagang konveksi muslim di pasar Aur Kuning Bukittinggi. Perkembangan pedagang pakaian konveksi di pasar Aur Kuning sangatlah pesat, perkembangan itu bisa dilihat dari table dibawah ini:

Table 4.2

Jumlah Pedagang Konveksi di Pasar Aur Kuning

No	Tahun	Jumlah Pedagang	Kenaikan (%)
1	2011	639	-
2	2012	698	10
3	2013	781	12
4	2014	878	13
5	2015	980	12

Sumber: Pengelola pasar Aur Kuning

[12] Tim Litbang Kompas, *Profil Daerah Kabupaten dan Kota Jilid 2,...h.117*

Dari table di atas bisa kita lihat bahwa kenaikan pedagang paling tinggi pada tahun 2014 dimana jumlah kenaikannya 13. kenaikan yang paling sedikit yaitunya pada tahun 2012 kenailannya hanya 10. Dari data table di atas bisa kita lihat bahwa jumlah pedagang pakaian konveksi selalu meningkat dari tahun ke tahun.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terhadap beberapa responden penulis mendapatkan gambaran dari responden tersebut, diantaranya pendidikan terakhir dan lama berjualan. Dari beberapa responden tersebut diantaranya yaitu: SLTA (Sekolah Lanjutan Tingkat Atas), dan Sarjana. Beberapa Sarjana diantaranya yaitunya S.H, S.pd, dan S.E

Pedagang konveksi yang penulis teliti adalah pedagang konveksi muslim yang berada di pasar Aur Kuning Bukittinggi yang berdiri sejak tahun 1990. Namun dari tahun ketahun prilaku pedagang konveksi muslim di pasar Aur Kuning Bukittinggi ini tidak berubah-ubah dalam menjalankan bisnis/perdagangannya, hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil wawancara terhadap 10 orang pedagang konveksi muslim yang telah dikaitkan dengan beberapa prinsip etika bisnis Islam yang terbagi atas beberapa bagian diantaranya:

1. Berdasarkan prinsip tauhid penulis menanyakan tentang bagaimana kepercayaan pedagang mengenai rizki yang telah diatur oleh Allah SWT. Secara umum para responden mengatakan mereka percaya terhadap rezki

yang telah diatur oleh Allah SWT, salah satunya diungkapkan oleh salah seorang responden:

> "saya pribadi percaya bahwa ketika saya mulai melangkahkan kaki dari rumah menuju pasar Allah telah menuliskan berapa rezki yang akan saya dapatkan di pasar pada hari ini, ramai atau sepi pembeli itu semua telah diatur sedemikian rupa oleh Allah, jadi bagaimana cara kita untuk menyikapi apa yang telah diatur oleh Allah"[13]

Dari jawaban responden tersebut dapat kita ketahui bahwa para pedagang konveksi masih berpegang teguh terhadap apa-apa yang telah di atur oleh Allah SWT.

2. Kemudian penulis melanjutkan pertanyaan seputar prinsip tauhid jika dagangan sedang ramai pembeli kemudian telah masuk waktu shalat, secara umum para responden mengatakan menyelesaikan melayani pembeli terlebih dahulu setelah itu baru mengerjakan shalat, salah satunya diungkapkan oleh seorang responden:

> "saat toko ramai pengunjung kemudian masuk waktu shalat, menyelesaikan melayani pelanggan terlebih dahulu kemudian baru mengerjakan shalat, karna tidak mungkin meninggalkan pelanggan begitu saja ketika jamnya bersamaan dengan waktu shalat, tetapi ketika pembeli tidak begitu ramai shalat terlebih dahulu karna tidak ada pelanggan yang akan dilayani"[14]

> informasi lain yang penulis dapatkan dari responden lain yaitunya: "agar tidak dempet antara waktu shalat dan pembeli saya menutup toko saya 5 menit sebelum masuk waktu shalat jadi saya bisa tetap mengerjakan shalat dan tidak ada pembeli yang saya abaikan"[15]

[13] Syafrizal, pedagang konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

[14] Rina, pedagang konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

[15] Yahya, pedagan g konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

Dari ungkapan responden di atas bisa dilihat bahwa para pedagang lebih mendahulukan pelanggan ketika masuk waktu shalat dibandingkan ibadah, sedangkan sebagaimana yang kita ketahui bahwa tidak boleh melalaikan waktu shalat. Seperti dalam firman Allah SWT dalam surat Al-Maa'uun ayat 4-5 yang berbunyi:



"4. Maka kecelakaanlah bagi orang-orang yang shalat, 5.(yaitu) orang-orang yang lalai dari shalatnya,"

Dari ayat diatas jelaslah bahwa larangan melalaikan shalat. Kita sebagai umat Allah diharuskan untuk melaksanakan segala kewajiban yang di perintahkan Allah SWT. Namun disisi lain ada responden yang tidak ingin melalaikan shalatnya dengan inisiatifnya sendiri. Dari dua ungkapan responden di atas bisa disimpulkan bahwa masih ada segelintir pedagang yang melalaikan ibadah

3. Masih mengenai prinsip Tauhid, Penulis menanyakan pernahkah melakukan sumpah palsu guna meyakinkan pembeli, secara umum para responden mengatakan, pernah agar mereka mau membeli barang dagangan tersebut, hanya saja sumapah itu tidak disebutkan kepada semua embeli yang dating,seperti yang diungkapkan oleh seorang responden:

   "jika tidak bersumpah maka barang dagangan yang dijual tidak akan laris, namun sumpah palsu tidak sering dilakukan itu ketika si pembeli kelihatan kurang yakin dengan barang yang akan dibelinya, lagi pula itu hanya jalan

terakhir ketika pemilik toko belum ada seorang pembeli pun yang belanja istilahnya "*pacah talua*"[16]
Namun responden lain mengatakan:

"tidak berani mengada-ada karna berdagang ini pertanggung jawabannya dunia akhirat"[17]

Berdasarkan dua pernyataan responden di atas dapat dilihat bahwa para pedagang konveksi ini pernah melakukan sumpah palsu guna barang daganggannya terjual, namun disisi lain ada yang menyadari bahwa pertanggungjawaban berdagang itu dunia akhirat. Tetapi yang lebih disayangkan para pedagang disini pada umumnya melakukan sumpah palsu untuk melancarkan kegiatan jual beli, padahal mereka pribadi tahu bahwa sumpah palsu tidak boleh dilakukan dalam keadaan apapun dalam perdagangan.

4. Pada prinsip keseimbangan penulis memfokuskan pertanyaan mengenai prilaku para pedagang dalam menjalankan kegiatan jual beli, tindakan dalam menjual barang-barang yang terdapat cacat. Disini para responden pada umumnya menyatakan bahwa terkadang pedagang memang sengaja menyelipkan barang yang cacat dalam barang yang tidak cacat agar barang yang cacat ini teteap terjual dengan harga yang tinggi, kemudian ada pula yang terusterang mengatakan barangnya cacat namun harga dari barang yang cacat tersebut di naikkan dua kalilipat dari harga asli kemudian di potong dengan alas an barang cacat, pada hakikatnya barang cacat tersebut tidak ada potongan harga. Seperti yang diungkapkan oleh salah seorang responden:

[16] Anasrul, pedagang konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi
[17] Yenti Hamzah, pedagang konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

> "kalau barang yang cacat tidak dicampur, pedagang akan mengalami kerugian karna seharusnya barangnya terjual habis, karna ada barang cacat barang tidak terjual, namun terkadang saya mengatakan cacat pada barang tapi harga dari barang cacat itu saya naika dua kali lilipat dari harga modal lalu saya potong kembali agar pedagang yakin mereka tidak rugi meskipun membeli barang cacat, lagi pula mana ada pembeli jika kita menjelaskan secara rinci cacat barang tersebut"[18]

Dari ungkapan responden di atas bisa diketahui bahwa para pedagang konveksi ini tidak mengindahkan etika bisnis Islam sepenuhnya. Dapat disimpulkan bahwa begitu banyak pedagang yang tidak menerapkan perniagaannya secara Islam.

5. Pada prinsip keseimbangan penulis mengajukan pertanyaan mengenai pernahkah menawarkan harga barang yang jauh lebih murah dibandingkan pedagang lain yang barang dagangannya sama agar menarik pembeli. Beberapa responden menjawab pernah. Seperti yang diungkapkan oleh salah seorang responden:

> "pernah, karna terkadang saya mendapatkan modal dari agen lebih murah dibandingkan dengan rekan-rekan saya, lagi pula itu kesempatan saya untuk menarik pelanggan-pelanggan lain agar lebih memilih berbelanja di toko saya"[19]

Dari ungkapan salah seorang responden di atas kita tau bahwa menjatuhkan harga pasar termasuk kepada jual beli yang terlarang, namun si pedagang muslim ini tetap melakukan jual beli yang demikian

6. Kemudian pertanyaan mengenai prinsip Pertanggungjawaban, Jika ada pembeli dalam jumlah besar bagaimana bentuk pertanggungjawaban pedagang. Pada umumnya responden memberikan jaminan terhadap barang

[18] Armi Satmawati, pedagang konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

[19] Deby Jumiarti, pedagang konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

dagangan yang dibeli pelangga apabila ada yang kurang atau salah. Seperti yang diungkapkan oleh salah seorang responden:

> "jika pelanggan belanja dalam jumlah yang besar kami memberikan jaminan terhadap barang yang dibelinya karena pembeli dalam jumlah yang besar akan lebih besar pula peluang berlangganan, oleh karna itu kani berani memberikan jaminan berbeda dengan pembeli eceran"[20]

Dari ungkapan responden di atas bisa dilihat bahwa tanggung jawab yang dilakukan oleh pedagang kepada pembeli jumlah besar berbeda dengan pembeli dalam jumlah kecil atau eceran.

7. Pertanyaan terakhir yaitu mengenai prinsip *Ihsan*, ketika ada pembeli yang membanding-bandingkan harga barang dagangan dengan toko lain. Pada umumnya responden mengungkapkan bahwa mereka akan mengakatan kepada pembeli untuk membeli ke toko tersebut. Berikus salah satu ungkapan dari responden:

> "saat pembeli membanding-bandingkan harga barang saya pribadi langsung kesal, dan meminta agar pembeli tersebut mencari toko yang menjual barang tersebut dengan harga yang si pembeli inginkan."[21]

Dari ungkapan di atas dapat kita lihat bahwa para pedagang ini tidak bisa bersikap ramah terhadap pembeli yang membanding-bandingkan harga. Dari wawancara yang telah penulis lakukan dengan beberapa responden di atas dapat disimpulkan bahwa begitu banyak para pedagang konveksi muslim di pasar Aur Kuning Bukittinggi yang tidak menjalankan perdagangannya berdasarkan etika bisnis Islam.

---

[20] Syafril, pedagang konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

[21] Lusi Nelvianti, pedagang konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

Bisa kita lihat begitu mirisnya penerapan etika bisnis Islam di kalangan pedagang knveksi muslim di Aur Kuning Bukittinggi, pedagang hanya mengutamakan keuntungan tanpa memikirkan keberkahan serta kekecewaan pelanggan terhadap apa yang mereka lakukan. Dilihat dari beberapa prinsip etika bisnis Islam hanya sedikit pedagang yang menjalankannya dengan baik. Dalam menghadapi persaingan bisnis, para pedagang member kebebasan pedagang lain untuk membuka dagangan didekatnya.

C. Analisis Cara Berdagang Pedagang Pakaian Konveksi di Aur Kuning dilihat dari Etika Bisnis Islam

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para pedagang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi tentang prilaku pedagang dapat diketegorikan sebagai berikut:

Tabel 4.3

Prilaku Pedagang Pakaian Konveksi di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

Prilaku pedagang pakaian konveksi di Pasar Aur Kuning Bukittinggi					
Nama pedagang	Tauhid	Keseim bangan	Kehendak bebas	Tanggun g jawab	Kebijaka n (ikhsan)
Syafrizal, S.E	Tidak melalaikan shalat wajib	Tidak menyembu nyikan cacat barang	Tidak Menjatuhk an harga pasar	Bertangg ung jawab terhadap kualitas barang	Bersikap ramah terhadap pembeli.
Yenti Hamzah, A.md Kep	Melalaikan shalat wajib	Tidak menyembu nyikan cacat barang	Tidak menjatuhk an harga pasar	Bertangg ung jawab terhadap kualitas barang	Tidak ersikap ramah terhadap pembeli
Rina	Melalaikan shalat	Menyembu nyikan	Menjatuhk an harga	Bertangg ung	Tidak bersikap

	wajib	cacat barang	pasar	jawab terhadap kualitas barang	ramah terhadap pembeli
Army Satmawati	Melalaikan shalat wajib	Menyembunyikan cacat barang	Menjatuhkan harga pasar	Bertanggung jawab terhadap kualitas barang	Tidak bersikap ramah terhadap pembeli
Yahya	Tidak melalaikan shalat wajib	Tidak menyemunyikan cacat barang	Menjatuhkan harga pasar	Bertanggung jawab terhadap kualitas barang	Bersikap ramah terhadap pembeli
Syafril, S.H	Melalaikan shalat wajib	Menyembunyikan cacat barang	Tidak menjatuhkan harga pasar	Bertanggung jawab terhadap kualitas barang	Tidak bersikap ramah terhadap pembeli
Nama pedagang	Tauhid	Keseimbangan	Kehendak bebas	Tanggung jawab	Kebijakan (ikhsan)
Lusi Nelvianti	Melalaikan shalat wajib	Menyembunyikan cacat barang	Tidak menjatuhkan harga pasar	Bertanggung jawab terhadap kualitas barang	Tidak bersikap ramah terhadap pembeli
Anasrul	Melalaikan shalat wajib	Menyembunyikan cacat barang	Menjatuhkan harga pasar	Bertanggung jawab terhadap kualitas barang	Tidak bersikap ramah terhadap pembeli
Deby Jumiarti	Melalaikan shalat wajib	Tidak menyemunyikan cacat barang	Tidak menjatuhkan harga pasar	Bertanggung jawab terhadap kualitas barang	Bersikap ramah terhadap pembeli
Miqa	Tidak	Tidak	Menjatuhk	Bertangg	Bersikap

collection	melalaikan shalat wajib	menyemun yikan cacat barang	an harga pasar	ung jawab terhadap kualitas barang	ramah terhadap pembeli

Sumber: sepuluh pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi

Berdasarkan tabel di atas berikut adalah analisis mengenai prilaku pedagang pakaian konveksi di Pasar Aur Kuning Bukittinggi dilihat dari Etika Bisnis Islam:

1. Prinsip Tauhid (kesatuan/*unity*)

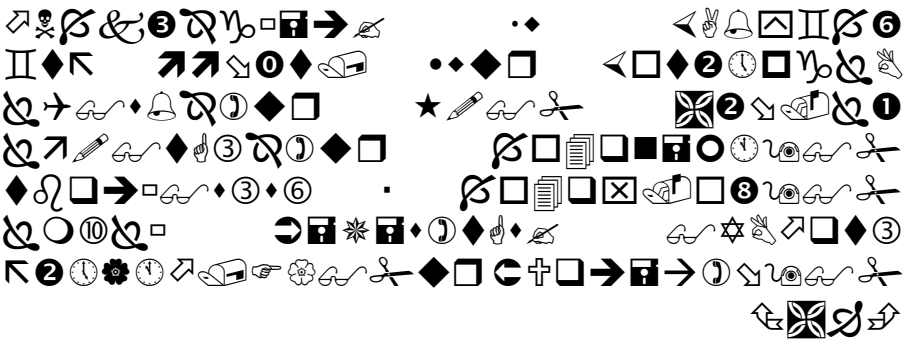
Konsep tauhid diatikan sebagai dimensi yang bersifah vertical sekaligus horizontal. Karena dari kedua dimensi tersebut akan lahir satu bentukhubungan yang sinergis antara Tuhan dan hambanya, sekaligus hamba dengan hamba lainnya. Prinsip tauhid juga dapat diartikan bahwa seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak Allah.

Prinsip tauhid yang dilakukan oleh Syafrizal, dalam menjalankan usahanya tidak pernah melalaikan ibadahnya terhadap Allah SWT. Dalam berdagang juga tidak melanggar etika-etika Islam yang ada. Syafrizal selalu mencari keberkahan dalam menjalankan usahanya.

Selain itu perilaku ketakwaan yang ditunjukkan dengan menjalankan shalat tepat waktu hanya tiga informan, beliau berusaha meninggalkan barang dagangannya ketika mendengar suara adzan.

Menurutbeliau setelah melaksanakan kewajiban kita kepada Allah SWT hati terasa tenang dan tidak ada beban sama sekali.[22]

Sementara tujuh responden para pedagang lebih mementingkan menyelesaikan transaksi jual beli dibandingkan menjalankan shalat. Akan tetapi ketika mereka telah menyelesaikan transaksi jual beli baru melaksanakan shalat. Tindakan seperti itu yang dilakukan pedagang, menurut peneliti lalai dalam melaksanakan shalat wajib. Seharusnya yang dilakukan adalah bersegera menunaikan kewajiban shalat karena keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan dunia. Seperti dalam firman Allah SWT dalam surat An-Nur: 37 sebagai berikut:



"laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang."

Sebagai seorang pedagang muslim sekali-sekali tidak boleh menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keutungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu

[22]Syafrizal, pedagang konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

shalat, mereka harus menghentikan aktivitas bisnisnya, begitu pula dengan kewajiban-kewajiban yang lain.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang sudah sesuai dengan prinsip tauhid. Akan tetapi dalam pelaksanaan shalat tepat waktu masih ada yang lalai, seharusnya para pedagang bersegera menunaikan kewajiban shalat karna keuntngan akhirat padti lebih utama ketimbang keuntunga dunia.

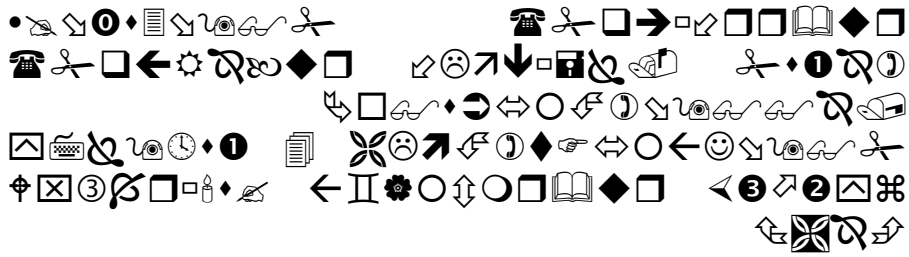
2. Prinsip Keseimbangan (Keadilan)

Prinsip keseimbangan menggambarkan dimensi horizontal dalam kehidupan pribadi. Hal itu disebabkan lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip prilaku adil sangatlah menentukan prilaku kebijakan seseorang. Dalam dunia bisnis prinsip keadilan harus diwujudkan dalam bentuk penyajian produk-produk yang bermutu dan berkualitas, selain itu ukuran, dan kualitas harus benar-benar sesuai dengan prinsip kebenaran.

Prinsip keseimbangan (keadilan) yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi berupa para pedagang dengan memberitahu tentang spesifikasi dari barang yang akan dijual kepada pembeli. Lima dari sepuluh informan tidak menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan kepada calon pembeli. Sebagai tambahan mereka memberikan saran kepada pembeli agar para pembeli mengetahui alasan menawarka harga yang berbeda, juga agar pembeli tidak binggung untuk memilih barang yang diinginkan.

Seperti yang dilakukan Yenti Hamzah "saya memberitahu kelebihan dan kelemahan atas barang yang saya tawarkan agar pembeli tidak kesulitan dalam menawarka barang tersebut.[23]

Perilaku keseimbangan dan keadilan dalam bisnis secara tegas dijelaskan dalam konteks perbendaharaan bisnis (klasik) agar pengusaha muslim menyempurnakan takaran bila menakar dan menimbang dengan neraca yang benar, karena hal itu merupakan perilaku yang terbaik dan membawa akibat yang terbaik pula. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surah Al Isra' ayat 35:[24]



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

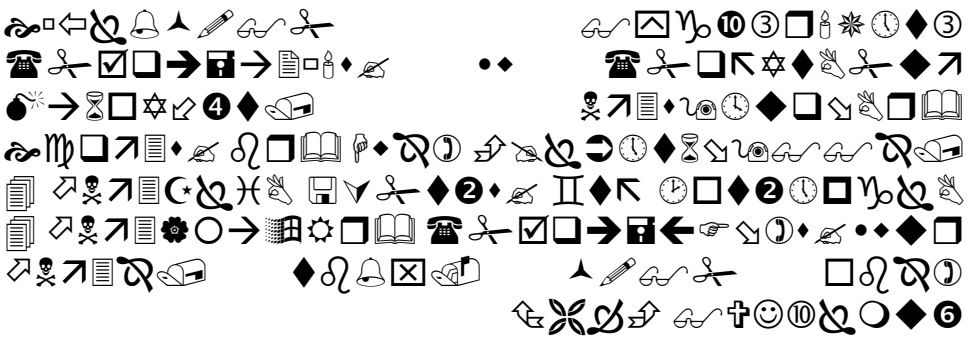
Menurut peneliti perilaku para pedagang belum sesuai dengan prinsip keseimbangan atau keadilan dalammenjalankan transaksi jual beli Prinsip keseimbangan ataukeadilan yang dilakukan oleh para pedagang sepatutnya harusdijalankan agar hak-hak seorang pembeli akan terpenuhi.

3. Prinsip Kehendak Bebas (ikhtiar/*free will*)

[23]Yenti Hamzah, pedagang konveksi Pasar Aur Kuning Bukittinggi (Penjual), *Wawancara Pribadi.* 30 Juli 2016 di Pasar Aur Kuning Bukittinggi

[24]Departemen Agama RI, *Al Qur'an danTerjemahnya*, Bandung: CV Diponegoro, 2005, h. 198.

Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat sendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan dimuka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah semata. Seperti yang dijelaskan Allah SWT dalam firmannya pada surat An-Nisa': 29



"*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*[25].

Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan sepuluh informan dengan memberikan kebebasan kepada penjual lain untuk erjualan di dekatnyatnya. Hanya saja diantara sepuluh informan ini banyak yang menjatuhkan harga pasar guna menarik pembeli.

4. Prinsip Pertanggungjawaban (*responsibility*)

Manusia diciptakan di dunia mempunyai satu peran untuk mengelola kehidupannya sebaik mungkin. Dan semua aspek kehidupannya bukan suatu aspek kehidupannya bukan suatu yang terbebas dari sebuah tanggungjawab. Rasa tanggung jawab itu tentunya bukan sekedar

omongan belaka, melainkan harus benar-benar diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari melalui perbuatan. Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku.

Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual-beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab moral kepada Tuhan atas perilaku Prinsip pertanggungjawaban yang dilakukan menepati janji dengan pembeli maupun mitra usaha. Harta sebagai komoditi bisnis dalam Islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan.

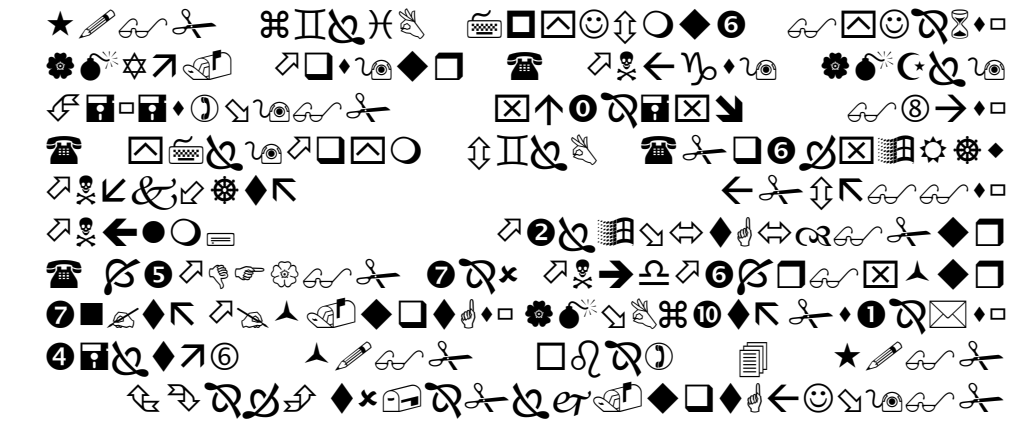
Dari data yang penulis dapatkan para pedagang seluruhnya bisa bertanggung jawab terhadap kualitas barang yang di jual. Para pedagang bertanggungjawab terhadap kerusakan atau kesalahan dala pemberian barang yang di perdagangkan.

5. Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa ada aturan yang mewajibkan atau memerintahkannya untuk melakukan perbuatan itu, atau dalam istilah lainnya adalah beribadah maupun berbuat baik seakan-akan

melihat Allah, jika seperti itu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita kerjakan.

Dari data yang peneliti peroleh bentuk prinsip kebajikan (*Ihsan*) tidak dijalankan sebaik mugkin karna dari beberapa keterangan yang didapatkan dari informan banyak yang tidak bersikap ramah terhaap pembeli. Menurut peneliti seharusnya para pedagang harus melayani dengan baik dan bersikap ramah. Dengan bersikap ramah tamah dan sopan kepada pembeli tak segan-segan calon pembeli akan mampir walaupun untuk sekedar liat-liat bahkan untuk mmbeli barang dagangan. Sebaliknya, jika penjual bersikap kurang ramah, apalagi kasar dalam melayani pembeli, justru mereka akan melarikan diri, dalam arti tidak mau kembali lagi. Dalam hubungan ini bisa direnung, firman Allah SWT dalam surat Ali-Imran: 159 yang berbunyi:



"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya."

Dari pemaparan diatas perilaku pedagang Pasar Aur Kuning Bukittinggi yang meliputi sepuluh informan belum sesuai dengan etika bisnis Islam yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (keadilan), kehendak bebas (*Ikhtiar*), tanggung jawab (*responsibility*), kebijakan (*Ihsan*). Hendaknya dengan menggunakan prinsip-prinsip tersebut akan menjadi suatu bisnis atau perdagangan yang dijalankan oleh setiap pelakunya akan meraih kesuksesan baik dunia maupun akhirat

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Aur Kuning, maka disimpulkan bahwa cara berdagang pedagang pakaian konveksi di Pasar Aur Kuning belum sepenuhnya menerapkan Etika Bisnis Islam berdasarkan beberapa temuan:

Pertama, Prinsip tauhid, masih banyak pedagang yang tidak tepat waktu dalam menjalankan shalat wajib. *Kedua,* Prinsip keseimbangan yang diwujudkan oleh para pedagang yaitunya tidak adil dalam memberikan harga terhadap pelanggan dimana antara pelanggan lama dan pelanggan baru harga yang diberikan perbedaannya berkisar antara lima ribu sampai sepuluh ribu, dan menyembunyikan cacat barang. *Keriga,* Prinsip kehendak bebas yang ditunjukkan oleh para pedagang yaitunya memberikan kebebasan kepada para pedagang baru yang ingin berjualan di dekatnya dan tidak memaksa pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan pembeli, semua pedagang telah mewujudkan prilaku tersebut. *Keempat,* Prinsip pertanggungjawaban yang ditunjukkan oleh pedagang yaitu, kurang menepati janji dan kurang bertanggung jawab terhadap kualitas barang dagangannya, namun tidah semua pedagang yang melakukan demikian. *Kelima,* Prinsip *ihsan* yang ditunjukkan oleh para pedagang yaitunya, mereka kurang ramah terhadap para pembeli eceran.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan diatas, maka peneliti dapat menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pedagang di pasar Aur Kuning Bukittinggi diharapkan dalam menjalankan bisnis atau perdagangan setiap harinya hendaklah berpegang teguh kepada nilai-nilai serta aturan yang telah ditetapkan oleh syariat Islam.
2. Para pedagang diharapkan dapat bersikap jujur atau terbuka menjelaskan kelemahan atau kelebihan baranga yang dijual, mempertanggungjawabkan kualitas batang dagangan, menepati kesepakatan yang telah ditentukan, bersikap adli kepada setiap pelanggan dan lebih bersikap ramah lagi kepada para pembeli eceran
3. Disarankan agar para pedagang di pasar Aur Kuning Bukittinggi dalam melakukan kegiatan bisnis atau perdagangan hendaklah tetap berpegang teguh pada etika bisnis Islam dalam kondisi apapun. Hal tersebut dikarenakan, bisnis yang didasari dengan etika bisnis Islam tidak hanya mendatangkan keuntungan semata tetapi juga memberikan berkah atas rizki yang didapat.
4. Studi yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan keilmuan dibidang ilmu pengetahuan terkait

ekonomi Islam mengenai pemberian gaji dan upah peda karyawan pedagang konveksi.

DAFTAR PUSTAKA

Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Pedagang, terj. Dewi Nurjulianti*, (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumy,1997)

Alma Buchari , *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: CV ALFABETA, 1994

Arijanto Agus, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012

Arifin Johan, *Etika Bisnis Islami,* Semarang: Walisongo Press, 2009

Badroen Faisal, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Prenada Medis Group, 2006

Beekun Raffik Issa, *Etika Bisnis Islami,* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004

Bungin M. Burhan, *Metodelogi Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya.* Jakarta: Cet.1, 2004

Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2001

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005

Djakfar Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: Penerbit UIN-Malang Press, 2007)

Eldine Achyar, *Etika Bisnis Islam, Jurnal Khazanah, Vol 3 No 3, Edisi Oktober*, 2007

Fauzia Ika Yunia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013

Herdiansyah Harris, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Pengalihan Data Kualitatif,* Jakarta: Rajawali Pres, 2013

Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah,* Jakarta: Bumi Aksara, 2008

Kamsir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2007

Kontjaraningrat, *Metodelogi Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT.Gramedia, 1981

Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian,* (Jakarta: Salemba Empat, 1995), Edisi 8

Mas'adi Ghufron A. , *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002

Melong Lexy J, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004

Muslich, *Bisnis Syariah*, Yogyakarta: UPP-STIM YPKN, 2007, Cet 1

Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafah Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2009,Cet .I

Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: UPP-AMP YPKN, 2004

Narbuko Cholid dan Abu Ahmadi,*Metodelogi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, Cet. 10, 2009

Qordhowi Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1993)

Peraturan Mentri Perdagangan, *Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modren*, Nomor:70, tahun 2013

Sugiono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, cet. 19, 2013

Sujatmiko Eko, *Kamus IPS*, Surakarta: Aksara sinergi Media Cet.I, 2014

Zubbir Achmad Charris, *Kuliah Etika*, Jakarta: Rajawali Press,1995, Ed. III

REFERENSI INTERNET

http://kbbi.web.id/analisis, pada tanggal 4 Agustus 2016, jam 03:43

http://kbbi.web.id/perilaku, pada tanggal 13 Februari 2016, jam 05:50

http://kbbi.web.id/perilaku, pada tanggal 13 Februari 2016, jam 05:50

http://www.etikabisnisdalamislam.info.html 12 Maret 2016

Peraturan presiden RI.112, *Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern*, 2007. WWW.bpkp.go.id , 7-6-2015 19:29

REFERENSI JURNAL

Mujahidin Akhmad, *Etika Bisnis Dalam Islam "Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Bisnis", Jurnal Hukum Islam*, Vol IV No. 2, Desember 2005

Miftahul Husna,Analisis Penerapan Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pedagang Muslim di Pasar Raya Padang)"Skripsi STAI YKI Padang. 2012

Redha wahyuni, "Etika Islam dalam Pelayanan Pedagang terhadap Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Pedagang Pakaian Jadi Aur Kuning Bukittinggi)"Skripsi IAIN Bukittinggi 2009

Rokmad Prastowo, *Karakteristik Sosial Ekonomi dan Prilaku Kerja Perempuan Pedagang Asongan,* Fakultas Ilmu Social dan Politik Universitas Sebelas Maret, 2008

Wazin, *Relevansi Antara Etika Bisni Islam dengan Prilaku Wirausaha Muslim* (Studi tentang Prilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten), Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 1 No. ! Jauari-Juni 2014

Zakiyah dan Bintang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nila Syari'ah Terhadap Prilaku berdagang(Studi pada pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung),* Jurnal soclologie, vol. 1, No. 4

KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama :

Dengan ini menerangkan bahwa **, Licia Azany Sasta** Nim **3212.117** mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi memang benar melakukan wawancara dengan saya untuk keperluan skripsi yang berjudul **"Identifikasi Prilaku Pedagang Konveksi Muslim Gilihat Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus pedagang Konveksi Muslim di Pasar Aur Kuning Bukittinggi"**

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 30 juli 2016

Informan

( )

PEDOMAN WAWANCARA PENGELOLA PASAR

Nama :

NIP :

Alamat :

1. Kapan berdirinya pasar Aur Kuning Bukittinggi?
2. Bagaimana sejarah berdirinya pasar Aur Kuning Bukittinggi?
3. Berapa kios yang terdapat di Pasar Aur Kuning Bukittinggi?
4. Berapa jumlah pedagang di Pasar Aur Kuning Bukittinggi?
5. Apa saja fasilitas yang terdapat di Pasar Aur Kuning Bukittinggi?
6. Apakah prilaku pedagang dalam berdagang sudah sesuai dengan islam, seperti:
   a. Tidak mengambil untung besar
   b. Menjelaskan barang yang cacat secara rinci
   c. Tidak melakukan sumpah palsu

PEDOMAN WAWANCARA PEDAGANG

Nama :

Alamat :

Lama berdagang :

1. Mengapa dalam perdagangan/jual beli harus menerapkan sifat jujur dan keadilan?
2. Menurut Bapak/Ibu seberapa penting kejujuran/kepercayaan dalam menjalankan bisnis/dagang?
3. Apakah Bapak/Ibu percaya bahwa rizki telah diatur oleh Allah SWT?
4. Jika dagangan Bapak/Ibu sedang ramai dan telah masuk waktu shalat, Bagaimana sikap Bapak/Ibu?
5. Apakah Bapak/Ibu pernah melakukan sumpah palsu demi meyakinkan pembeli agar membeli barang dagangan Bapak/Ibu? Mengapa?
6. Apa tindakan Bapak/Ibu jika barang dagangan yang Bapak/Ibu jual ada yang cacat?
7. Dalam melakukan kegiatan jual beli Bapak/Ibu lebih mengutamakan keuntungan/Pelanggan?
8. Apakah Bapak/Ibu benar-benar mengirimkan barang yang laris terjual kepada para pelanggan?
9. Apakah Bapak/Ibu pernah mengirimkan barang yang tidak diinginkan pelanggan?

10. Apa yang Bapak/Ibu lakukan jika pembeli tidak mau membeli walaupun Bapak/Ibu telah menjelaskan panjang lebar mengenai barang yang Bapak/Ibu jual?
11. Apakah Bapak/Ibu pernah memberikan tawaran harga yang lebih murah dari teman-teman Bapak/Ibu di pasar untuk menarik pembeli?