

# Analisis penerapan etika bisnis islam dalam jual beli pada pedagang

Alviyana<sup>a,1</sup>

<sup>a</sup> Institut Studi Islam Muhammadiyah Pacitan, Jl. Gajah Mada No. 20, 63512, Indonesia

<sup>1</sup> [alviyana@gmail.com](mailto:alviyana@gmail.com)\*

\* corresponding author

## INFO ARTIKEL

### Riwayat Artikel

Diterima: 25 Januari 2023

Direvisi: 19 Februari 2023

Diterbitkan: 30 Maret 2023

### Kata Kunci

Etika jual beli  
Pedagang

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam jual beli seperti yang dilakukan Rasulullah yaitu Shiddiq, Amanah, Fathanah dan Tabligh di Pasar Margo Mulyo Punung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara untuk mengumpulkan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang di Pasar Margo Mulyo Punung sudah menerapkan etika jual beli Islam. Terlihat dari jawaban positif para pedagang dari beberapa pertanyaan yang keterkaitan dengan perilaku Shiddiq, Amanah, Fathanah dan Tabligh.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



## 1. Pendahuluan

Manusia pada hakikatnya adalah makhluk sosial, yaitu makhluk yang berkodrat hidup dalam masyarakat. Disadari atau tidak untuk mencukupi kebutuhan hidupnya, manusia selalu berhubungan satu sama lain. Maka dari itu perlu adanya aktifitas yang dilakukan seseorang dengan yang lain atau beberapa orang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya masing-masing. Dalam rangka memenuhi hajat hidup yang bersifat materil itulah masing-masing mengadakan ikatan yang berupa perjanjian atau akad. Seperti jual beli, sewa-menyewa dan sebagainya yang semuanya itu tercakup dalam muamalah. Jual beli adalah akad yang umum digunakan oleh masyarakat, karena dalam setiap pemenuhan kebutuhannya masyarakat tidak bisa berpaling dari akad tersebut (Dimyauddin, 2008).

Islam memandang jual beli sebagai sarana tolong menolong sesama manusia. Sebab, transaksi dalam jual beli tidak hanya dilihat sebagai bantu-membantu sesama saudara. Bagi penjual, untuk memenuhi kebutuhan barang yang dibutuhkan pembeli. Sedangkan bagi pembeli, untuk memenuhi kebutuhan akan keuntungan yang sedang di cari oleh penjual. Atas dasar inilah jual beli merupakan aktivitas yang mulia, dan Islam memperkenalkannya (Bakri, 1994).

Jual beli dalam Islam harus lengkap rukun jual beli sehingga dapat dijadikan sebagai jual beli yang sah, maka harus ada penjual, pembeli, ijab kobl, dan barang yang diperjual belikan. Kemudian syarat barang (objek) yang diperjualbelikan harus jelas dan ada empat yang menjadi syarat barang dalam jual beli, yaitu barang yang diperjualbelikan harus ada, barang yang diperjualbelikan adalah harus bernilai, barang tersebut harus milik sendiri, dan barang yang akan dijual bisa diserahkan pada saat transaksi (Mardani, 2015). Salah satu contoh transaksi jual beli yang paling sering ditemui yaitu pasar.

Pelaku pasar mempunyai tujuan utama dalam melaksanakan sebuah transaksi, yaitu mencari ridha Allah demi mewujudkan kemaslahatan hidup bersama di samping juga untuk mewujudkan kesejahteraan individu. Wujud suatu pasar dalam Islam, merupakan refleksi dan kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, dan bukan sebaliknya. Islam mengatur bagaimana keberadaan suatu pasar tidak merugikan antara satu dengan yang lain. Oleh karena itu, keterlibatan produsen, konsumen, dan pemerintah di pasar sangatlah diperlukan dengan tujuan untuk menyamakan persepsinya tentang keberadaan suatu harga. Bila hal itu tercapai maka mekanisme pasar yang sesuai dengan syari'at Islam akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat (Azizah, 2014).

Nilai-nilai moral yang harus ada di pasar Islam yaitu persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*), dan keadilan (*justice*). Nilai-nilai moral ini harus menjadi dasar yang kuat dalam pasar yang Islami. Untuk memastikan nilai-nilai murni Islam terlaksana dengan baik di pasar, Rasulullah SAW sendiri berperan sebagai *al-muhtasib* atau *market controller* (pengawas pasar) terhadap kinerja pasar, beliau akan menegur, menasehati bahkan memberikan hukuman terhadap siapa saja yang melanggar aturan (*syariat*) (Suwandi et al., 2016).

Hal itulah yang menjadi alasan peneliti untuk mengetahui implementasi etika jual beli pada pasar Margo Mulyo Punung apakah sudah menerapkan konsep syariah atau masih menggunakan konsep konvensional. Sebagai acuan dalam penelitian ini, maka peneliti mencantumkan penelitian pemanding dari (Idel Waldelmi & Afvan Aquino, 2018) yang mengulas tentang analisis penerapan transaksi jual beli di pasar syariah. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah penerapan prinsip syariah pada pasar tersebut belum sepenuhnya diterapkan dikarenakan prinsip persaudaraan seperti interaksi sosial dan saling tolong menolong masih dalam kategori cukup. Adapun penerapan transaksi jual beli syariah disebabkan oleh 3 faktor utama antara lain faktor pengelola/ pedagang, pelanggan dan konsep itu sendiri yang tidak ada yakni konsep jual beli syariah.

Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh (Hida Yati, 2022) yang mengulas tentang *maqashid* syariah dalam *khiyar* dan implementasinya dalam jual beli (studi kasus praktek *khiyar* di pasar ikan lama Medan). Kesimpulan dari penelitian ini menyebutkan hubungan *Khiyar* dalam *muqashid* syariah dapat dilihat dari bentuk *Maqashid* syariah untuk melindungi harta menjamin bahwa setiap orang berhak memiliki kekayaan harta benda dan merebutnya dari orang lain merupakan hal yang dilarang. Dalam Implementasi *Khiyar* dalam jual beli dapat dikonstruksikan atau diaplikasikan, sebab *khiyar* mempunyai solusi yang jelas dan yang dipakai oleh ekonom modern sekarang dengan beda istilah atau yang dikenal dengan istilah garansi. Hampir semua produksi barang modern menggunakan istilah *khiyar* (garansi).

## 2. Metode

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu karakteristiknya, mengumpulkan data supaya dapat menguji hipotesis yang diajukan untuk menjawab pertanyaan mengenai keadaan atau status dari objek yang dipelajari. Teknik pengumpulan data penelitian adalah suatu cara untuk mengumpulkan data data yang relevan dalam penelitian. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Observasi yaitu merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang penting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2013). Wawancara/interview, yaitu dialog tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan responden penelitian (Azuar Juliandi & Manurung, 2014). Tempat penelitian di Pasar Margo Mulyo Punung dengan jumlah 11 responden.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### *Pengertian dan Dasar Hukum Jual Beli*

Jual beli dalam bahasa Arab berasal dari kata *البيع* (yang artinya menjual, mengganti dan menukar (sesuatu dengan sesuatu yang lain). Kata *البيع* (dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata : *الشراء* dengan demikian kata *البيع* ( berarti kata jual dan sekaligus berarti kata "beli" (Hasan, 2003). Secara terminologi terdapat beberapa definisi para

ulama diantaranya oleh ulama Hanafiyah memberi pengertian dengan ‘saling menukarkan harta dengan harta melalui cara tertentu’, atau dengan makna ‘tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengansesepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Ulama Hanafiyah menjelaskan bahwa makna khusus pada pengertian pertama tadi adalah ijab dan kabul, atau juga bisa melalui saling memberikan barang dan menetapkan harga antara pembeli dan penjual. Sedangkan pada pengertian kedua menjelaskan bahwa harta yang diperjualbelikan itu harus bermanfaat bagi manusia, seperti menjual bangkai, minuman keras dan darah tidak dibenarkan (Az-Zuhaili, 1989). Transaksi jual beli sangat berhubungan dengan harta (hal yang memiliki nilai ekonomis). Serta dapat dipahami pula bahwa inti jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar barang atau benda yang memiliki nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak sesuai dengan perjanjian yang telah dibenarkan syara’ dan disepakati.

Jual beli sebagai sarana tolong menolong antar sesama umat manusia mempunyai landasan yang kuat dalam Al- Qur’an dan sunnah Rasulullah SAW. Allah SWT berfirman dalam surah An Nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Di dalam salah satu hadis Rasulullah SAW. Dijelaskan:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ [ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ . وَكُلُّ تَيْعٍ مَبْرُورٍ [ رَوَاهُ  
الْبَرْزَازُ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ

Artinya : Nabi Muhammad SAW. Pernah ditanya: Apakah profesi yang paling baik? Rasulullah menjawab : “Usaha tangan manusia tersendiri dan setiap jual beli yang diberkati”. (H.R. Al Barzar dan Al Hakim)

### **Prinsip Etika Bisnis Islam**

Secara umum, prinsip-prinsip yang dipakai dalam bisnis tidak akan pernah lepas dari kehidupan keseharian kita. Namun prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis sesungguhnya adalah implementasi dari prinsip etika pada umumnya (Ernawan, 2016). Terdapat beberapa prinsip etika bisnis Islam yang merupakan aksioma-aksioma etika Islam yaitu (Sampurno, 2016):

1. **Unitas** : berkaitan dengan konsep tauhid. Bentuk keseluruhan homogen dari segenap aspek kehidupan manusia seperti sosial, politik, ekonomi, agama, dsb. Kesatuan ini bersifat kosisten dan terpadu dengan alam semesta
2. **Equilibrium** : berkaitan dengan konsep adil. Merupakan suasana keseimbangan di antara berbagai aspek kehidupan manusia (sosial, politik, ekonomi, agama, dsb.) yang membentuk tatanan sosial yang harmonis.
3. **Kehendak bebas** : kemampuan manusia untuk bertindak tanpa paksaan dari luar sesuai dengan parameter ciptaan Allah serta posisinya sebagai khalifah di muka bumi
4. **Tanggung jawab** : kebutuhan manusia untuk bertanggung jawab atau mempertanggung jawabkan atas tindakan yang dilakukannya.
5. **Ihsan** : ihsan (benevolence) merupakan suatu tindakan yang menguntungkan orang lain (Tarigan, 2016).

Petunjuk Rasulullah tentang etika bisnis ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Rasulullah, dan sangat dikenal di kalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis, sifat-sifat tersebut diantaranya (Darussalam, 2011):

- a. Shiddiq (Jujur/Benar): Salah satu karakter pebisnis yang terpenting dan diridhoi oleh Allah ialah kejujuran. Begitu pula kejujuran bagi kehidupan di segala aspek terutama dalam kegiatan bisnis yang berkaitan dengan orang lain. Kejujuran Nabi sebagai pebisnis dapat dijelaskan sebagai berikut:
  - 1) Tidak ingkar janji yang disepakati
  - 2) Tidak menyembunyikan cacat atas sesuatu yang ditransaksikan
  - 3) Tidak mengelabui harga pasar (Antonio, 2011).
- b. Amanah (Terpercaya): Sikap amanah ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu. Sikap ini juga sangat dianjurkan dalam aktifitas bisnis. Kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut amanah (terpercaya). Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain (Qardhawi, 1997).
- c. Fathanah (Cerdas): Fathanah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, fathanah dapat juga diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan. Dalam transaksi muamalah, prinsip-prinsip yang dijiwai prinsip fathanah tercermin dari:
  - 1) Mengadministrasikan dokumen transaksi
  - 2) Menjaga profesionalisme dan kualitas pelayanan
  - 3) Kreatif dan inovatif
  - 4) Mengantisipasi perubahan yang terjadi di padar, baik yang berhubungan dengan produk, teknologi, harga maupun persaingan.
- d. Tabligh (Menyampaikan): Sifat tabligh nilai dasarnya ialah komunikatif dan argumentative. Jika kita dititipi amanah oleh orang lain harus disampaikan kepada yang berhak menerimanya, jangan malah diselewengkan atau disalah-gunakan karena sudah menjadi kewajiban sebagai umat nabi Muhammad untuk mencontoh, menyampaikan dan menerapkan sikap tabligh dalam segala aspek terutama dalam dunia bisnis.

#### ***Pemahaman Etika Jual Beli di Pasar Margo Mulyo Punung***

Dalam penelitian ini, jumlah informan yang berada di Pasar Margo Mulyo sebanyak 11 orang sebagai berikut:

Tabel 1. Data informan penelitian

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Alamat	Pendidikan Terakhir
1.	Misratin	52 th	Perempuan	Krajan Tengahpunung	SMA
2.	Sulastri	42 th	Perempuan	Margorejo Punung	SMP
3.	Dwi Fatma	27 th	Perempuan	Pagutan Punung	SMA
4.	Titik	48 th	Perempuan	Bomo Punung	SMA
5.	Trini	32 th	Perempuan	Klepu Punung	SMP
6.	Tini	41 th	Perempuan	Pagutan Punung	MTS
7.	Ratmi	50 th	Perempuan	Kebon Punung	SMA
8.	Joko	50 th	Laki-laki	Sirnoboyo Pacitan	SMA

9.	Sri Siwati	50 th	Perempuan	Kebon Punung	SMA
10.	Nyoto Hadi	62 th	Laki-laki	Tanjungsari Pacitan	S1
11.	Hendi	40 th	Laki-laki	Kebon Punung	D3

Adapun 8 pertanyaan yang penulis ajukan dengan jawaban dari masing- masing responden sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar pertanyaan dan jawaban responden

<b>Responden: Ibu Misratin</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah ibu mengetahui etika jual beli dalam Islam	Tidak
Apakah ibu menjelaskan cacat barang yang dijual	Ya
Apakah ibu pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Tidak
Apakah ibu menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah ibu menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya
Apakah ibu pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Tidak
Apakah ibu dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya
Apakah ibu mempromosikan produk di sosial media	Tidak
<b>Responden: Ibu Sulastri</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah ibu mengetahui etika jual beli dalam Islam	Tidak
Apakah ibu menjelaskan cacat barang yang dijual	Ya
Apakah ibu pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Tidak
Apakah ibu menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah ibu menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya
Apakah ibu pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Kadang-kadang
Apakah ibu dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya
Apakah ibu mempromosikan produk di sosial media	Tidak
<b>Responden: Ibu Dwi Fatma</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah ibu mengetahui etika jual beli dalam Islam	Tidak
Apakah ibu menjelaskan cacat barang yang dijual	Tidak
Apakah ibu pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Tidak

Apakah ibu menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah ibu menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya
Apakah ibu pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Ya
Apakah ibu dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya
Apakah ibu mempromosikan produk di sosial media	Tidak
<b>Responden: Ibu Titik</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah ibu mengetahui etika jual beli dalam Islam	Tidak
Apakah ibu menjelaskan cacat barang yang dijual	Ya
Apakah ibu pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Ya
Apakah ibu menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah ibu menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya
Apakah ibu pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Tidak
Apakah ibu dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya
Apakah ibu mempromosikan produk di sosial media	Ya
<b>Responden: Ibu Trini</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah ibu mengetahui etika jual beli dalam Islam	Tidak
Apakah ibu menjelaskan cacat barang yang dijual	Ya
Apakah ibu pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Tidak
Apakah ibu menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah ibu menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya
Apakah ibu pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Tidak
Apakah ibu dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya
Apakah ibu mempromosikan produk di sosial media	Tidak
<b>Responden: Ibu Tini</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah ibu mengetahui etika jual beli dalam Islam	Tidak
Apakah ibu menjelaskan cacat barang yang dijual	Ya
Apakah ibu pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Tidak
Apakah ibu menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah ibu menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya

Apakah ibu pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Tidak
Apakah ibu dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya
Apakah ibu mempromosikan produk di sosial media	Tidak
<b>Responden: Ibu Ratmi</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah ibu mengetahui etika jual beli dalam Islam	Tidak
Apakah ibu menjelaskan cacat barang yang dijual	Ya
Apakah ibu pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Kadang-kadang
Apakah ibu menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah ibu menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya
Apakah ibu pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Ya
Apakah ibu dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya
Apakah ibu mempromosikan produk di sosial media	Tidak
<b>Responden: Bapak Joko</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah bapak mengetahui etika jual beli dalam Islam	Tidak
Apakah bapak menjelaskan cacat barang yang dijual	Ya
Apakah bapak pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Tidak
Apakah bapak menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah bapak menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya
Apakah bapak pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Ya
Apakah bapak dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya
Apakah bapak mempromosikan produk di sosial media	Ya
<b>Responden: Ibu Sri Siswanti</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah ibu mengetahui etika jual beli dalam Islam	Tidak
Apakah ibu menjelaskan cacat barang yang dijual	Ya
Apakah ibu pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Ya
Apakah ibu menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah ibu menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya
Apakah ibu pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Ya
Apakah ibu dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya

Apakah ibu mempromosikan produk di sosial media	Tidak
<b>Responden: Bapak Nyoto Hadi</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah bapak mengetahui etika jual beli dalam Islam	Ya
Apakah bapak menjelaskan cacat barang yang dijual	Ya
Apakah bapak pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Tidak
Apakah bapak menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah bapak menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya
Apakah bapak pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Tidak
Apakah bapak dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya
Apakah bapak mempromosikan produk di sosial media	Tidak
<b>Responden: Bapak Hendi</b>	
<b>Pertanyaan</b>	<b>Jawaban</b>
Apakah bapak mengetahui etika jual beli dalam Islam	Tidak
Apakah bapak menjelaskan cacat barang yang dijual	Ya
Apakah bapak pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang	Tidak
Apakah bapak menghitung barang yang dibeli pelanggan	Ya
Apakah bapak menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang	Ya
Apakah bapak pernah mendapatkan complain terkait kerusakan barang dari pelanggan	Ya
Apakah bapak dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan	Ya
Apakah bapak mempromosikan produk di sosial media	Tidak

Tabel 3. Tanggapan informan tentang etika jual beli dalam Islam

Jawaban	Jumlah
Ya	1
Tidak	10
Kadang-kadang	0
Jumlah	11

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa dari 11 informan 1 menyatakan iya dan 10 menyatakan tidak. Hal tersebut menunjukkan sebagian besar pengetahuan informan mengenai etika jual beli dalam Islam masih rendah.



Tabel 4. Tanggapan informan tentang cacat barang yang dijual

Jawaban	Jumlah
Ya	10
Tidak	1
Kadang-kadang	0
Jumlah	11

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan bahwa dari 11 informan 10 menyatakan iya dan 1 menyatakan tidak. Hal tersebut menunjukkan sebagian besar informan menerapkan prinsip syariah yaitu Shiddiq sehingga informan menjelaskan secara terbuka barang yang dijual tanpa ada yang disembunyikan.

Tabel 5. Tanggapan informan tentang pelanggaran janji dalam berdagang

Jawaban	Jumlah
Ya	2
Tidak	8
Kadang-kadang	1
Jumlah	11

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa dari 11 informan 2 menyatakan iya, 8 menyatakan tidak dan 1 menyatakan kadang-kadang. Hal tersebut menunjukkan sebagian informan menerapkan prinsip syariah yaitu Amanah sehingga informan selalu menepati janji yang dibuat dengan pelanggan. Tetapi menurut keterangan dari informan yang melanggar janji sering kali dari distributornya sehingga membuatnya tidak memberikan barang pesanan sesuai waktu yang disepakati.

Tabel 6. Tanggapan informan tentang jumlah barang yang dibeli pelanggan

Jawaban	Jumlah
Ya	11
Tidak	0
Kadang-kadang	0
Jumlah	11

Berdasarkan tabel 6, menunjukkan bahwa 11 informan menyatakan iya. Hal tersebut menunjukkan semua informan menerapkan prinsip syariah yaitu Amanah sehingga tidak satupun informan yang mengatakan bahwa dirinya tidak pernah menghitung barang yang dibeli pelanggan dalam proses perdagangannya.

Tabel 7. Tanggapan informan tentang isi/jumlah barang dagangan

Jawaban	Jumlah
Ya	11
Tidak	0
Kadang-kadang	0
Jumlah	11

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan bahwa 11 informan menyatakan iya. Hal tersebut menunjukkan semua informan menerapkan prinsip syariah yaitu Amanah sehingga tidak satupun informan yang mengatakan bahwa dirinya tidak menyempurnakan isi/jumlah barang dagangan jika kurang.

Tabel 8. Tanggapan informan tentang complain pelanggan

Jawaban	Jumlah
Ya	5
Tidak	5
Kadang-kadang	1
Jumlah	11

Berdasarkan tabel 8, menunjukkan bahwa dari 11 informan 5 menyatakan iya, 5 menyatakan tidak dan 1 menyatakan kadang-kadang. Hal tersebut menunjukkan informan belum menerapkan prinsip syariah yaitu Fathanah sehingga informan masih sering mendapatkan complain dari pelanggan terhadap barang yang dibelinya. Akan tetapi, informan menjelaskan bahwa apabila ada complain dari pelanggan, maka barang tersebut akan diganti atau ditukar oleh informan.

Tabel 9. Tanggapan informan tentang pelayanan berdagang kepada pelanggan

Jawaban	Jumlah
Ya	11
Tidak	0
Kadang-kadang	0
Jumlah	11

Berdasarkan tabel 9, menunjukkan bahwa 11 informan menyatakan iya. Hal tersebut menunjukkan semua informan menerapkan prinsip syariah yaitu Tabligh sehingga semua informan mengatakan bahwa dirinya selalu memberikan pelayanan yang baik seperti ramah, sopan, santun kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman.

Tabel 10. Tanggapan informan tentang promosi produk di sosial media

Jawaban	Jumlah
Ya	2
Tidak	9
Kadang-kadang	0
Jumlah	11

Berdasarkan tabel 10, menunjukkan bahwa dari 11 informan 2 menyatakan iya dan 9 menyatakan tidak. Hal tersebut menunjukkan sebagian besar informan mempromosikan barang dagangannya secara langsung dengan berjualan di pasar daripada menggunakan media sosial.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang di Pasar Margo Mulyo sudah menerapkan sikap bisnis seperti yang diajarkan Rasulullah SAW meliputi Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabligh. Hal tersebut dibuktikan dari bagaimana perlakuan dari pedagang kepada konsumen seperti memberikan informasi dari barang yang akan dibeli konsumen, menghitung dan menyempurnakan barang sebelum diberikan kepada pelanggan, bersedia atas pengembalian atau penukaran barang dari pelanggan.

Apabila ada kecacatan, dan selalu ramah, tamah, sopan terhadap semua pelanggan. Hampir semua informan tidak mengetahui mengenai etika jual beli Islam akan tetapi pada implementasinya, mereka sudah menerapkan etika jual beli dalam Islam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. S. 2011. *Bisnis dan Kewirausahaan. Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Muhammad Saw, The Super Leader Super Manager*. Tazkia Publishing. Jakarta.
- Az-Zuhaili, W. 1989. *al-Fiqh al-Islami wa-Adillatuhu, juz IV*. Beirut: Dar Al-Fikr, 345.
- Azizah, K. 2014. Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas sumber daya manusia terhadap minat anggota pada pembiayaan murabahah (studi kasus pada KJKS BMT Artha Bumi Asri Semarang). *Skripsi*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
- Azuar Juliandi, I., & Manurung, S. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Perss.
- Bakri, N. 1994. *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 57.
- Darussalam, A. 2011. *Etika Bisnis dalam Perspektif Hadis*. Cet. I.
- Dimyauddin, D. 2008. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ernawan, E. R. 2016. *Business ethics etika bisnis: dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN*.
- Hasan, M. A. 2003. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

- 
- Mardani, D. 2015. *Fiqh ekonomi syariah: Fiqh muamalah*. Prenada Media.
- Qardhawi, Y. 1997. *Norma dan etika ekonomi Islam*.
- Sampurno, W. M. 2016. Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga. *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 2(1), 13–18.
- Sugiyono, D. 2013. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suwandi, S., Shafiai, M. H. M., & Abdullah, W. N. N. W. 2016. Pasar Islam (Kajian Al- Quran Dan Sunnah Rasulullah Saw). *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum Dan Sosial Kemasyarakatan*, Vo. 16(01), 131–139.
- Tarigan, A. A. 2016. *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*. FEBI pers.