

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Dari hasil pengamatan dan pengkajian yang telah dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan yang terkait dan permasalahan yang dibahas dalam penulisan skripsi ini, peneliti menemukan beberapa literatur yang mendukung penelitian ini, diantaranya:

Pertama, (Hidayatulloh, 2012) melakukan penelitian yang berjudul “Etika Bisnis dalam Prespektif Al-Qur’an: Upaya Membangun Bisnis yang Islami untuk Menghadapi Tantangan Bisnis di Masa Depan” dengan tujuan untuk mengkaji etika bisnis dari sudut pandang Al-Qur’an dalam upaya membangun bisnis yang Islami untuk menghadapi tantangan bisnis di masa depan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kesimpulan bahwa bisnis dalam al-Qur’an disebut sebagai aktivitas yang bersifat material sekaligus immaterial. Suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung-jawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: 1. Suatu rekonstruksi kesadaran baru tentang bisnis. Bisnis baik sebagai aktivitas yang dilakukan oleh individual, organisasi atau perusahaan, bukan semata-mata bersifat duniawi semata. Akan tetapi sebagai aktivitas yang bersifat material sekaligus immaterial. Suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung-jawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran. Sehingga dengan ketiga prinsip landasan praktek mal bisnis diatas, dapat dijadikan tolak ukur apakah suatu bisnis termasuk kedalam wilayah yang bertentangan dengan etika bisnis atau tidak, 2. Di perlukan suatu cara pandang baru dalam melakukan kajian-kajian keilmuan tentang bisnis dan ekonomi yang lebih berpijak pada paradigma pendekatan normatif-etik sekaligus empirik induktif yang mengedepankan penggalian dan pengembangan nilai-nilai al-Qur’an, agar dapat mengatasi perubahan dan pergeseran zaman yang semakin cepat.

Kedua, pada jurnal yang ditulis oleh Fitri (2014) yang berjudul “Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil”. Hasil dari penelitian ini adalah objek dalam penelitian ini Kampoeng Kreatif, Bazar Madinah dan Usaha Kecil di lingkungan UIN Jakarta telah menerapkan etika bisnis islam, baik oleh pengusaha maupun karyawannya. Dalam menjalankan usaha dan kegiatannya, para pelaku usaha telah memahami dan mengimplementasikan prinsip atau nilai-nilai Islam yang berlandaskan Al Quran dan Hadis.

Dari hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal baik dan buruk, yang halal dan yang haram. Etika bisnis Islam juga diterapkan pada para pedagang sehingga apayang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.

Ketiga, Penelitian yang berjudul “Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah” oleh Saifullah (2011) bertujuan untuk mengkaji sejarah mengenai perilaku dan etika bisnis Muhammad sebelum ditunjuk sebagai nabi merupakan kajian yang menarik, karena perilaku dan etika bisnis yang diterapkan oleh Muhammad didasarkan pada kajian ayat-ayat al-Qur’an. Setelah ditunjuk sebagai nabi (Usia 40 tahun), kehidupan Nabi Muhammad lebih dibimbing oleh wahyu-wahyu al-Qur’an. Beberapa prinsip yang diterapkan oleh Muhammad adalah jujur, amanah, timbangan yang tepat, menghindari gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghalb dantadlis di antara penjual dengan pembeli.

Dari penelusuran sejarah yang dilakukan penulis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dapat ditemukannya etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan (*mutual benefit principle*) antara penjual dan pembeli. Pola bisnis yang dipraktikkan Nabi Muhammad

SAW ini tentu perlu diadaptasi oleh para pebisnis di masa kini yang terkadang mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikkan oleh Nabi SAW.

Keempat, Indah & Dalili (2014) melakukan penelitian yang berjudul “Manajemen Laba dalam Sudut Pandang Etika Bisnis Islam” dengan tujuan untuk menguji hubungan antara nilai etika agama dengan manajemen laba. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian kualitatif yang menggunakan metode penelitian deskriptif. Sehingga nantinya data yang dikumpulkan berupa kata-kata dan gambar-gambar, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

Dari hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa manajemen sebenarnya memiliki nilai luhur seperti merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Tetapi dalam konteks manajemen laba ini, makna manajemen yang sebenarnya memiliki makna luhur tadi telah tereduksi menjadi makna yang berkonotasi buruk yaitu mengatur, mengubah, mempermainkan, menata dan memanipulasi angka laba untuk mencapai tujuan tertentu. Meskipun memang pada tataran teori praktik manajemen laba masih dianggap legal ketika tidak bertentangan dengan PABU, akan tetapi jika ditinjau dari etika bisnis Islam maka praktik manajemen laba merupakan sebuah praktik yang dianggap tidak sejalan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis Islam. Beekun & Adawi (2005) menjelaskan bahwa bagi seorang muslim, Islam merupakan *way of life*, seorang muslim dalam melakukan seluruh aktivitasnya termasuk aktivitas berbisnis tetap harus berpegang pada nilai-nilai Islam yang bersandar pada Al Quran dan hadist.

Kelima, Hulaimi, Sahri, & Huzaini (2016) melakukan penelitian mengenai “Etika Bisnis Islam Pedagang Sapi dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur” yang bertujuan untuk mengetahui etika bisnis Islami yang diterapkan dan dampaknya terhadap kesejahteraan pedagang sapi di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*).

Hasil penelitian ini menemukan bahwa dari kajian terhadap etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pedagang sapi di Kecamatan Masbagik belum sepenuhnya

menerapkan prinsip etika bisnis Islam, Sedangkan dari kajian terhadap dampak etika bisnis Islam terhadap kesejahteraan, tidak semua pedagang sapi yang ada di Kecamatan Masbagik kabupaten Lombok timur mendapatkan kesejahteraan yang Islami karena belum memenuhi kebutuhan *dharuriyatnya*(sholat dan haji). Sebagainnya lagi sudah mendapatkan kehidupan yang baik. Karena sudah dapat memenuhi kebutuhan *dharuriyatnya*. Mereka telah mengatakan berbahagia, karena telah bersyukur atas rizqi yang diterimanya.

Keenam, Darmawati (2012) melakukan penelitian tentang “Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam: Studi Kasus Pedagang Buah-Bahan di Kota Samarinda”. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan variabel yang diselidiki atau diamati dan terbatas pada pengungkapan suatu masalah atau keadaan sebagaimana adanya sehingga bersifat sekedar untuk mengungkapkan fakta (*fact finding*). Sesuai dengan judul penelitian maka penelitian dilakukan dengan tujuan utama untuk membuat gambaran tentang suatu keadaan secara obyektif yang berhubungan dengan perilaku pedagang kaki lima dalam perspektif etikan bisnis Islam si kota Samarinda.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil suatu kesimpulan yaitu perilaku pedagang buah di Pasar Pagi Samarinda pada umumnya tidak memenuhi aturan yang diajarkan dalam etika bisnis Islam karena terdapat kecurangan dalam menggunakan timbangan sehingga merugikan konsumen.

Ketujuh, Azizah (2013) melakukan penelitian mengenai “Etika Perilaku Periklanan dalam Bisnis Islam”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih mendalam persoalan etika dalam periklanan, baik dalam perspektif konvensional maupun Islam. Dan sejauh manakah keterkaitan etika dan iklan, serta bagaimana Islam melihat persoalan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian maka, ketika bisnis ingin berkembang menjadi besar, maka diperlukan iklan sebagai sarana promosi untuk pengenalan dan daya ingat produk kepada masyarakat. Dalam pembuatan iklan diperlukan unsur-unsur yang sangat berpengaruh dalam keberhasilan iklan sehingga mampu mendongkrak penjualan. Bisnis menurut perpektif ilmu fiqh termasuk dalam mumalah yang memperbolehkan antara manusia satu dengan yang lain melakukan transaksi atau hubungan perdata. Dalam hal

bermuamalah, kegiatan apapun diperbolehkan sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya (*al-ashlu fil-mu'malah al-ibahah illa ayyadulla dalilun 'ala tahrimiha*). Kegiatan jual beli adalah dihalalkan dalam Islam selama tidak ada unsur yang bertentangan dengan syara' semisal adanya unsur maysir, gharar, dan riba. Ini artinya bahwa dalam syariah marketing, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses bisnis maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat diperbolehkan.

Kedelapan, pada jurnal yang ditulis oleh Elfi & Nuriani (2016) dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan". Metode yang digunakan yaitu kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi di RM Wong Solo Cabang Gajah Mada Medan. Informan pada penelitian ini adalah: 2 orang pengunjung (1 laki-laki dan 1 perempuan): satu orang pegawai, satu orang manajer, satu orang devisa personalia. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk melihat implementasi etika bisnis di RM Wong Solo Cabang Gajah Mada Medan.

Berdasarkan hasil penelitian maka, RM Wong Solo Cabang Gajah Mada Medan adalah rumah makan yang hadir dengan konsep bisnis syariah dengan nuansa Islami, yaitu RM Wong Solo. RM Wong Solo menggunakan konsep bisnis berbasis syariah, bagi mereka bekerja adalah jihad. Hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek seperti karyawan, kualitas produk dan kepemimpinannya. Dampak yang ditimbulkan pun sangat bagus, terbukti RM Wong Solo sangat diminati pelanggan tidak hanya dalam negeri, tapi juga luar negeri. RM Wong Solo juga mendapat banyak penghargaan dibidang kuliner.

Tabel 2.1

Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang

No	Nama Peneliti	Hasil	Kesimpulan
1.	<p>Haris Hidayatulloh (2012) “Etika Bisnis dalam Prespektif AlQur’an: Upaya Membangun Bisnis yang Islami untuk Menghadapi Tantangan Bisnis di Masa Depan”</p>	<p>Bisnis dalam Al-Qur’an disebut sebagai aktivitas yang bersifat material sekaligus immaterial. Suatu bisnis bernilai, apabila memenuhi kebutuhan material dan spiritual secara seimbang, tidak mengandung kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Akan tetapi mengandung nilai kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, pertanggung-jawaban, kebenaran, kebajikan dan kejujuran</p>	<p>Persamaan dari penelitian ini adalah topik yang diteliti yaitu etika bisnis. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian yang dilakukan terfokus pada upaya membangun bisnis yang islami untuk menghadapi tantangan bisnis di masa depan dengan perspektif menurut Al-Quran.</p>
2.	<p>Fitri Amalia (2014) “Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil”</p>	<p>Islam menempatkan bisnis sebagai cara terbaik untuk mendapatkan harta. Karenanya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan cara-cara terbaik dengan tidak melakukan kecurangan, riba, penipuan, dan tindakan kezaliman lainnya. Kesadaran terhadap pentingnya etika dalam bisnis merupakan kesadaran tentang diri sendiri dalam melihat dirinya sendiri ketika berhadapan dengan hal baik dan buruk, yang halal dan yang haram. Etika bisnis Islam juga diterapkan pada para pedagang sehingga apa yang dijual bukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.</p>	<p>Persamaan Penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islam, sedangkan perbedaan penelitian ini adalah berfokus pada pembahasan konsep dan implementasi pada pelaku usaha kecil. Sedangkan penelitian Fitri tidak membandingkan dua objek.</p>
3.	<p>Muhammad Saifullah (2011) “Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah”</p>	<p>Dari penelusuran sejarah yang dilakukan penulis, maka dapat ditemukan bahwa etika bisnis yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW adalah bersikap jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi gharar, tidak menimbun barang, tidak melakukan al-ghab dan tadlis, dan saling menguntungkan (<i>mutual benefit principle</i>) antara penjual dan pembeli. Pola bisnis yang dipraktikkan Nabi Muhammad</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang etika bisnis Islam dalam praktek bisnis Rasulullah, sedangkan Perbedaannya adalah dalam penelitian ini mencobakan melakukan studi komparasi terhadap dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern.</p>

		<p>SAW ini tentu perlu diadaptasi oleh parapebisnis di masa kini yang terkadang mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikkan oleh Nabi SAW.</p>	
4.	<p>Indah Muliawati & Dalili Daniati (2014) “Manajemen Laba dalam Sudut Pandang Etika Bisnis Islam”</p>	<p>Kata manajemen sebenarnya memiliki nilai luhur seperti merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu. Tetapi dalam konteks manajemen laba ini, makna manajemen yang sebenarnya memiliki makna luhur tadi telah tereduksi menjadi makna yang berkonotasi buruk yaitu mengatur, mengubah, mempermainkan, menata dan memanipulasi angka laba untuk mencapai tujuan tertentu. Meskipun memang pada tataran teori praktik manajemen laba masih dianggap legal ketika tidak bertentangan dengan PABU, akan tetapi jika ditinjau dari etika bisnis Islam maka praktik manajemen laba merupakan sebuah praktik yang dianggap tidak sejalan dengan nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis Islam. Beekun & Badawi (2005) menjelaskan bahwa bagi seorang muslim, Islam merupakan <i>way of life</i>, seorang muslim dalam melakukan seluruh aktivitasnya termasuk aktivitas berbisnis tetap harus berpegang pada nilai-nilai Islam yang bersandar pada Al-Quran dan hadits</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama dari sudut pandang Etika Bisnis Islam, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini terfokus pada Manajemen Laba dan tidak mengkomparasikan.</p>
5.	<p>Ahmad Hulaimi, Sahri & Moh. Huzaini (2016) “Etika Bisnis Islam Pedagang Sapi dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur”</p>	<p>Dari kajian terhadap etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pedagang sapi di Kecamatan Masbagik belum sepenuhnya menerapkan prinsip etika bisnis Islam, misalnya, prinsip kejujuran, longgar dan bermurah hati dan membangun hubungan baik. Disisi lain, pedagang sapi di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur sudah menerapkan prinsip etika bisnis Islam tersebut, misalnya dilarang menggunakan sumpah palsu dan menepati janji. Dari</p>	<p>Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama dari sudut pandang etika bisnis Islam. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian yang dilakukan terfokus pada pedagang sapi dan dampaknya terhadap kesejahteraan pedagang.</p>

		<p>kajian terhadap dampak etika bisnis Islam terhadap kesejahteraan, tidak semua pedagang sapi yang ada di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok Timur mendapatkan kesejahteraan yang Islami karena belum memenuhi kebutuhan <i>dharuriyatnya</i> (sholat dan haji). Sebagainnya lagi sudah mendapatkan kehidupan yang baik. Karena sudah dapat memenuhi kebutuhan <i>dharuriyatnya</i>. Mereka telah mengatakan berbahagia, karena telah bersyukur atas rizki yang diterimanya. Dan telah mendapatkan kehidupan yang baik (<i>hayaatan tayyibah</i>) sebagaimana terkandung dalam QS an-Nahl [16] : 97 dan telah <i>qana'ah</i>, meskipun hidup dalam kesederhanaan .</p>	
6.	<p>Darmawati (2012) “Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam: Studi Kasus Pedagang Buah-Buahan di Kota Samarinda”</p>	<p>Perilaku pedagang buah di Pasar Pagi Samarinda pada umumnya tidak memenuhi aturan yang diajarkan dalam etika bisnis Islam karena terdapat kecurangan dalam menggunakan timbangan sehingga merugikan konsumen.</p>	<p>Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama dari sudut pandang etika bisnis Islam, sedangkan Perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian yang dilakukan terfokus pada pedagang kaki lima, sedangkan penelitian ini tidak hanya dilakukan pada kasus pedagang kaki lima saja.</p>
7.	<p>Mabarroh Azizah (2013) “Etika Perilaku Periklanan dalam Bisnis Islam”</p>	<p>Ketika bisnis ingin berkembang menjadi besar, maka diperlukannya sebagai sarana promosi untuk pengenalan dan daya ingat produk kepada masyarakat. Dalam pembuatan iklan diperlukan unsur-unsur yang sangat berpengaruh dalam keberhasilan iklan sehingga mampu mendorong penjualan. Bisnis menurut perpektif ilmu fiqih termasuk dalam mumalah yang memperbolehkan antara manusia satu dengan yang lain melakukan transaksi atau hubungan perdata. Dalam hal bermuamalah, kegiatan apapun diperbolehkan sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya (<i>al-ashlu fil-mu'malah al-ibahah illa ayyadulla dalilun 'ala tahrimiha</i>).</p>	<p>Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama dari sudut pandang etika bisnis Islam, sedangkan Perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian yang dilakukan terfokus pada Perilaku Periklanannya.</p>

		<p>Kegiatan jual beli adalah diharamkan dalam Islam selama tidak ada unsur yang bertentangan dengan syara' semisal adanya unsur <i>maysir</i>, <i>gharar</i>, dan <i>riba</i>. Ini artinya bahwa dalam <i>syariah marketing</i>, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (<i>value</i>) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses bisnis maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat diperbolehkan.</p>	
8.	<p>Elida Elfi Barus & Nuriani (2016) "Implementasi Etika Bisnis Islam: Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan"</p>	<p>RM Wong Solo Cabang Gajah Mada Medan adalah rumah makan yang hadir dengan konsep bisnis syariah dengan nuansa Islami, yaitu RM Wong Solo. RM Wong Solo menggunakan konsep bisnis berbasis syariah, bagi mereka bekerja adalah jihad. Hal ini dapat dilihat dari beberapa aspek seperti karyawan, kualitas produk dan kepemimpinannya. Dampak yang ditimbulkan pun sangat bagus, terbukti RM Wong Solo sangat diminati pelanggan tidak hanya dalam negeri, tapi juga luar negeri. RM Wong Solo juga mendapat banyak penghargaan di bidang kuliner.</p>	<p>Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama dari sudut pandang etika bisnis Islam, sedangkan Perbedaan dari penelitian ini adalah objek penelitian yang dilakukan terfokus pada Rumah Makan Wong Solo Medan tanpa mengkomparasikan dengan Rumah makan lainnya.</p>

Berdasarkan hasil, peneliti-peneliti tersebut membahas topik yang sejenis yakni hanya memfokuskan dalam pengkajian tinjauan etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada objek yang ingin diteliti, penelitian ini akan membandingkan dua objek yaitu antara pasar tradisional dan pasar modern, sedangkan pada literatur review kedelapan peneliti hanya menggunakan satu objek. Selanjutnya topik yang dibahas oleh peneliti dalam penelitian ini berbeda dengan para peneliti sebelumnya, yakni peneliti lebih berfokus pada bagaimana perbedaan dan

persamaan etika bisnis Islam antara pasar tradisional dan pasar modern yang dianalisis dengan melakukan studi komparasi di pasar tradisional Muntilan dan Pasar Modern HS yang berlokasi dan akan dilakukan di Magelang, sesuai dengan etika bisnis Islam yang didasarkan pada prinsip kesatuan (Tauhid), kesetimbangan (Adil), kehendak bebas, Amanah/ Tanggung jawab serta kebenaran.

B. Landasan Teori

1. Pengertian Komparasi

Menurut (Nazir M. , 2005) penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu.

Jadi penelitian komparatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk membandingkan antara dua kelompok atau lebih dari suatu variabel tertentu.

2. Pengertian Etika

Etika secara bahasa berasal dari bahasa Yunani kuno “*ethikos*” yang mempunyai beragam arti: pertama, sebagai analisis konsep-konsep terhadap apa yang harus, mesti, tugas, aturan-aturan moral, benar, salah, wajib, tanggung jawab dan lain-lain. Kedua, aplikasi kedalam watak moralitas atau tindakan-tindakan moral. Ketiga aktualisasi kehidupan yang baik secara moral, Sedangkan menurut KBBI etika merupakan ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak) (kbbi.web.id/etika).

Etika secara garis besar dapat dijelaskan sebagai prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok. Sedangkan menurut ahli etika merupakan ilmu yang mendalami standar moral perorangan dan standar moral masyarakat. Etika merupakan sesuatu yang dilakukan secara baik dan benar, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan tanggung jawab (Rivai, 2012).

Menurut K. Bertens dalam buku Etika, merumuskan pengertian etika kepada tiga pengertian juga: Pertama, etika digunakan dalam pengertian nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam

mengatur tingkah lakunya. Kedua, etika dalam pengertian kumpulan asas atau nilai-nilai moral atau kode etik. Ketiga, etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk. (Bertens, 2000)

Menurut Rafik Issa Bekun, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif, (Bekun, 2004) karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. (Bekun, 2004)

Menurut Ahmad Amin memberikan batasan bahwa etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan arti yang baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. (Rivai, 2012)

Menurut Bertens pengertian etika sendiri dibedakan menjadi 2 yaitu (Bertens, 2000) etika sebagai praksis dan etika sebagai refleksi, pengertian etika sebagai praksis adalah nilai-nilai dan norma-norma moral sejauh dipraktikan atau justru tidak dipraktikan. Dapat dikatakan juga etika sebagai praksis adalah apa yang dilakukan sesuai atau tidak sesuai dengan nilai dan norma. Sedangkan etika sebagai refleksi adalah pemikiran moral. Dalam etika sebagai refleksi kita berpikir tentang apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan. Etika sebagai refleksi ini menyoroti dan menilai baik buruknya perilaku seseorang.

Lebih tegas menurut madjid Fachri, etika merupakan gambaran rasional mengenai hakikat dan dasar perbuatan dan keputusan yang benar, serta prinsip-prinsip yang menentukan klaim bahwa perbuatan dan keputusan secara moral yang diperintah dan dilarang (Fachr, 1996)

Dalam al-Quran etika berasal dari kata *khuluq* yang berarti kebiasaan atau perangai, dalam Islam etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Menurut Ahmad Amin dalam (Rivai, 2012) bahwa etika atau ahlak adalah ilmu yang menjelaskan makna baik atau buruk, menerangkan apa yang harus dilakukan manusia kepada orang lain, menyatukan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan apa yang harus diperbuat.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa etika merupakan baik buruknya perilaku dan pemikiran manusia telah sesuai dengan Norma dan nilai atau tidak dalam kegiatannya di masyarakat. Etika sendiri merupakan dasar dari ekonomi Islam yang mendasari perilaku manusia dalam setiap peraturan dan syariat.

3. 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 (Arifin & Johan, 2009). Kata bisnis dalam al-Qur’an 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. Bisnis merupakan sebuah nama yang mencakup pengertian terhadap kebalikannya yakni *al-syira’* (membeli). Demikianlah *al-ba’i* sering diterjemahkan dengan “jual beli” (Ghufron A, 2002).

Bisnis dan perdagangan memiliki arti yang hampir sama, bisnis sendiri dapat diartikan sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling memberi manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat di dalam kegiatan tersebut. Menurut Yusanto barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya (Rivai, 2012). Menurut Muhamad dalam jurnalnya menyatakan bahwa bisnis adalah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan, atau pengolahan barang (Produksi) guna memaksimalkan nilai keuntungan (Muhamad, 2013). Menurut KBBI bisnis sendiri diartikan sebagai usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha, usaha dagang (KBBI).

Bisnis juga memiliki definisi pelaku bisnis yang melakukan kegiatan dalam bentuk produksi atau mendistribusi dan jasa untuk mencari profit dan mencoba memuaskan konsumen. Memproduksi barang dan jasa yang tidak merusak diri sendiri dan orang banyak, mencari profit dengan cara tidak menyalahi aturan yang ada dan (halal dan haram) dan harus memuaskan konsumen dengan pelayanan yang sebaik-baiknya (Fauzan & Ida, 2014). Bisnis juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan

ekonomis berupa tukar-menukar, jual-beli, memproduksi-memasarkan, bekerja-mempekerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya dengan maksud memperoleh keuntungan (Bertens, 2000, p. 17).

Bisnis merupakan kegiatan yang berjalan melibatkan lebih dari satu pihak. Etika dan bisnis sendiri merupakan kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, hal ini dikarenakan bisnis sendiri memiliki 3 aspek yaitu ekonomi, hukum dan etika (Bertens, 2000). Etika bisnis akan senantiasa bersentuhan dengan mana yang baik dan mana yang tidak baik. Dalam menentukan pilihan dapat mempertimbangkan aspek agama, ekonomi, hukum dan etika.

Mustaq Ahmad menyatakan didalam buku Etika Bisnis Dalam Islam tentang konsep bisnis menurut Alquran mengemukakan bahwasannya Bisnis yang benar-benar sukses menurut Alquran adalah bisnis yang dapat membawa keuntungan pada pelakunya dalam dua fase kehidupan yang fana dan terbatas yakni dunia sekaligus kehidupan yang abadi dan tak terbatas yakni akhirat (Mustaq, 2008). 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.

4. Pengertian Etika Bisnis Islam

Sebelum berbicara tentang etika bisnis Islam lebih jauh, perlu diketahui tentang etika bisnis. Etika bisnis adalah studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Standar etika bisnis tersebut diterapkan dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang diterapkan orang-orang yang ada di dalam organisasi (Rivai, 2012).

Bisnis yang sehat merupakan bisnis yang tidak meninggalkan etika sebagai dasarnya. Menurut K Bertens etika bisnis merupakan pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis (Bertens, 2000). Moralitas berarti aspek baik atau buruk, terpuji atau tidak dari perilaku manusia. Moralitas ini selalu berkaitan dengan apa yang dilakukan oleh manusia.

Menurut Johan Arifin, etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis juga bisa dikatakan sebagai seperangkat prinsip dan Norma dimana para pelaku bisnis harus mempunyai komitmen dalam melakukan sebuah transaksi, berperilaku, dan juga berelasi guna mencapai tujuan bisnisnya dengan selamat. Dengan demikian maka sangat perlu sekali untuk memahami pentingnya kegunaan etika dalam berbisnis. Hal itu dimaksudkan agar seseorang terutama pelaku bisnis mempunyai bekal untuk berbuat *the right thing* yang dilandasi dengan semangat keilmuan, kesadaran, serta kondisi yang berlandaskan pada nilai-nilai moralitas. (Arifin & Johan, 2009). Pengertian etika bisnis secara umum adalah baik dan buruknya perilaku seseorang dalam melakukan kegiatan bisnis

Dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi Muslim adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan manusia dan lingkungannya, serta hubungan manusia dengan Tuhannya, dengan berpegang pada landasan ini maka setiap Muslim yang berbisnis atau beraktifitas apapun akan merasa ada kehadiran "pihak ketiga" (Tuhan) di setiap aspek hidupnya keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap Muslim dalam berbisnis. Hal ini karena Bisnis dalam Islam tidak semata-mata orientasi dunia tetapi harus punya visi akhirat yang jelas. Dengan kerangka pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam. Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab, bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat.

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi

mencakup pula seluruh kegiatan kita didunia yang "dibisniskan" (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat

Sedangkan pengertian etika bisnis Islam sendiri adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk, tetapi dibatasi oleh peraturan mengenai halal dan haram, serta harus berpegang teguh kepada ketentuan syariah (Rivai, 2012). Sedangkan menurut Prof Amir Suma dalam sebuah penelitian menyatakan bahwa etika bisnis Islam merupakan konsep usaha ekonomi yang khususnya bidang perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta benar dan salah menurut standar akhlak Islam (Firmansyah, 2015). Bisnis Islam juga dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang atau jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Sesuai dalam firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah: 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

"Dan janganlah sebagian kamu memakan harta sebagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui".

Jadi sesuai dengan pernyataan diatas Etika bisnis Islam menurut Mustaq Ahmad adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada Al-Qur'an dan Hadits (Mustaq, 2008)

Bisnis menurut pandangan Islam haruslah terkait dan dikaitkan dengan Allah, sehingga praktik dan perilaku bisnis yang dilakukan harus tidak merugikan orang lain serta tidak bertentangan dengan Al Quran dan Sunnah, dalam etika bisnis Islam, kecurangan-kecurangan yang dilakukan oknum pedagang merupakan tindakan kezaliman. Etika bisnis Islam memposisikan bisnis sebagai usaha manusia untuk mencari ridha Allah SWT. Oleh karenanya, bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika,

tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, Negara dan Allah SWT. Oleh karena itu, pada prinsipnya pengetahuan akan etika bisnis dalam pandangan Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap para pebisnis atau pedagang terutama pebisnis atau pedagang muslim dalam menghadapi persaingan usaha yang sekarang telah memasuki era globalisasi untuk menghindari diri dari berbagai macam tindakan yang dilarang oleh Allah SWT.

5. Prinsip Etika Bisnis Islam

Etika bisnis memiliki peranan penting dalam keberlangsungan sebuah usaha atau sebuah bisnis. Karena dengan seseorang menjalankan bisnis yang beretika maka tingkat kepercayaan konsumen juga meningkat. Etika yang perlu diperhatikan dalam melakukan perdagangan atau bisnis adalah pertama tidak memuji barang dagangan secara berlebihan, tidak menyembunyikan cacat barang dagangannya, ketiga tidak mengurangi berat atau ukuran barang yang diperdagangkan dan keempat tidak berbohong mengenai barang tersebut.

Dalam ajaran ekonomi Islam (Naqvi, 1993) semua transaksi dalam bisnis didasari oleh prinsip-prinsip yang menjadi pijakan atau patokan. Prinsip dasar dalam bisnis Islam adalah prinsip *ilahiyyah* (prinsip ketuhanan). Semua aktivitas termasuk bisnis dilakukan bukan hanya pada dimensi duniawi semata, yang berarti berkaitan dengan untung-rugi saja. Lebih dari itu, berbisnis dalam Islam adalah manifestasi dari kehambaan manusia kepada sang khalik melalui amal sosial yakni berbisnis dalam etika bisnis Islam terdapat 5 ketentuan umum yaitu:

a. Kesatuan (Tauhid)

Kesatuan terrefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan Muslim dalam berbagai bidang dan mementingkan konsep konsistensi secara menyeluruh. Dari konsep ini Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan (Azka, Suprihatin, & Abdul, 2016). Dalam pandangan ini seorang pembisnis harus menjaga hubungan secara

horizontal dan vertikal atau dengan kata lain menjaga hubungannya dengan sesama manusia dan hubungan dengan Allah.

b. Keseimbangan (Adil)

Islam menganjurkan umatnya untuk berbuat adil dalam segala aspek kehidupan tidak terkecuali dalam berbisnis. Dalam dunia bisnis Islam melarang seseorang untuk berbuat curang. Kecurangan-kecurangan yang dilakukan seorang pembisnis merupakan pertanda kehancuran bisnis yang ia lakukan, karena keberhasilan sebuah bisnis adalah kepercayaan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Quran Surat Al-Maidah: 8

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ
بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُفُوسِكُمْ عَلٰٓا تَعْدِلُوا ۚ اَعْدِلُوا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى ۚ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ حَبِ
يُرِي مَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa (Q.S Al-Maidah 42:8)

Keadilan juga meliputi aspek penawaran barang dan jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Menurut Imam Ghazali keuntungan adalah kompensasi dari kesulitan perjalanan, risiko bisnis dan ancaman keselamatan pedagang. Motif dari mencari keuntungan adalah untuk mencari keuntungan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Namun Imam Ghazali tidak setuju dengan melipat gandakan keuntungan yang besar dalam artian tidak melipat gandakan harga dalam jual beli (Ligaya, 2015). Dalam berbisnis, Islam mengajarkan untuk mencari keuntungan di dunia berupa materi tetapi juga keuntungan ahirat dengan menguntungkan pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi.

c. Kehendak Bebas (*ikhtiar/free will*)

Manusia diberikan kebebasan untuk memilih mana yang baik dan yang buruk. Dalam berbisnis seseorang pembisnis diberikan kebebasan untuk mencapai tujuan individunya dalam berbisnis. Tetapi dalam Islam kebebasan yang diberikan bukan bebas sebebaskan-bebasnya tetapi kebebasan yang terkendali sehingga memiliki batasan dan harus berdasarkan Al Quran dan Hadis.

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

“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.” (QS. Annisa 4: 29)

Dalam Surat An-Nisa dijelaskan bahwasannya setiap orang yang menjalankan usaha bisnis harus berada pada situasi persaingan yang sehat dan wajar, sehingga tidak menimbulkan adanya pemusatan kekuasaan Ekonomi pada pelaku usaha tertentu. Karena itu pemberlakuan undang-undang tentang larangan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat

Dalam berbisnis pembisnis dibebaskan untuk berbisnis apa saja kecuali barang-barang yang di haramkan oleh agama, bebas dalam membuat perjanjian dan harus menepati perjanjian tersebut serta pembisnis bebas untuk berinovasi untuk kelancaran bisnisnya tetapi harus sesuai dengan ketentuan agama.

d. Amanah (Tanggung Jawab)

Amanah sendiri memiliki arti dapat dipercaya. Amanah juga dapat memiliki makna tanggung jawab akan tugas dan kewajiban yang diberikan. Amanah ini merupakan karakter dasar yang harus dimiliki oleh seseorang dalam bidang apapun tak terkecuali pada bidang bisnis. Prinsip amanah ini sangat berkaitan dengan prinsip kebebasan, sehingga dapat diartikan bahwa manusia mendapat kebebasan untuk melakukan apapun tetapi tetap bertanggungjawab atas apa yang dia lakukan selama masa

hidupnya. Tanggung jawab disini harus seimbang antara bentuk dan ruang lingkup, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat, serta masyarakat satu dengan masyarakat lainnya (Sri, 2010). Pengaplikasiannya dalam bisnis Islam sangat melarang transaksi yang gharar (transaksi yang tidak jelas), penganjuran menggunakan sistem akuntansi, melarang bisnis yang penuh manipulasi dan unsur kecurangan.

e. Prinsip Ihsan

Prinsip Ihsan ini mempunyai dua unsur yaitu kebijakan dan kejujuran. Pada konteks bisnis, kebenaran memiliki maksud sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun proses meraih dan menetapkan keuntungan. Kebijakan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan kerahmatamahan, kesukarelaan memiliki pengertian sikap suka rela antara kedua pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis. Dalam hal bisnis ini diperlukan untuk menjaga hubungan dengan mitra bisnis. Sedangkan sikap kerahmatamahan merupakan sikap ramah, toleran baik dalam menjual, membeli ataupun menagih (Nur & Mawardi, 2014).

Kejujuran dalam berbisnis, seorang pembisnis haruslah memiliki karakter jujur. Sesuai dengan Firman Allah SWT dalam Qur'an Surat Albaqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ
كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي
عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ
ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ
رِجَالِكُمْ ۚ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ
إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ

تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۗ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۗ وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ ۗ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (diantaramu). Jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu” (QS. Al-Baqarah 2: 282)

Artinya, Jujur sendiri merupakan kesingkronan antara apa yang ada dihati dengan perbuatan. Kejujuran sangat diperlukan dalam berdagang karena dengan seseorang memiliki sikap jujur akan membuat konsumen meningkatkan kepercayaanya. Jujur disini di terapkan dengan tidak berbohong, tidak menutup-nutupi cacat dari produk, tidak memanipulasi produk yang dijual, tidak melakukan

kecurangan dalam berbisnis, memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual.

6. Fungsi Etika Bisnis Islam

Sebagaimana diungkapkan oleh Dr. Syahata, bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, beberapa hal sebagai berikut: (Badroen, 2007)

- a. Membangun kode etik islami yang mengatur, mengembangkan dan menerapkan metode berbisnis dalam kerangka ajaran agama. Kode etik ini juga menjadi simbol arahan agar melindungi pelaku bisnis dari resiko.
- b. Kode ini dapat menjadi dasar hukum dalam menetapkan tanggung jawab para pelaku bisnis, terutama bagi diri mereka sendiri, antara komunitas bisnis masyarakat, dan diatas segalanya adalah tanggung jawab di hadapan Allah SWT.
- c. Kode etik ini dipresepikan sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada harus diserahkan kepada pihak peradilan.
- d. Kode etik dapat memberi kontribusi dalam penyelesaian banyak persoalan yang terjadi antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat mereka bekerja.
- e. Sebuah hal yang dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara mereka semua

Menurut (Arifin & Johan, 2009) Etika Bisnis Islam mempunyai fungsi khusus yang diemban yaitu *Pertama*, etika bisnis berupaya mencari cara untuk menelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. *Kedua*, etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis. *Ketiga*, etika bisnis terutama etika bisnis Islami

juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al Qur'an dan Sunnah.

7. Tinjauan Umum Pasar

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar adalah tempat bertemunya 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 (RI., 2015)

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 barang yang diinginkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya sedangkan penjual mendapat imbalan pendapatan untuk selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitasnya sebagai pelaku ekonomi produksi atau pedagang. (Mustaq, 2008)

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dengan imbalan uang. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Persaingan sangat penting dalam pasar, dan memisahkan pasar dari perdagangan. Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar, sehingga ada persaingan pada setidaknya satu dari dua belah pihak. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan. (Kasmir, 2007)

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

1. Pasar Tradisional

a) Pengertian Pasar Tradisional

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 atau 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

Pasar tradisional adalah pasar yang pelaksanaannya bersifat tradisional tempat bertemunya penjual pembeli, terjadinya kesepakatan harga dan terjadinya transaksi setelah melalui proses tawar-menawar harga. Biasanya pasar tradisional umumnya menyediakan berbagai macam bahan pokok keperluan rumah tangga, dan pasar ini biasanya berlokasi di tempat yang terbuka (Sulistyowati, 1999). Bangunan di pasar ini berbentuk toko dan kios. Toko semi permanen umumnya digunakan untuk berjualan aneka kue, pakaian, dan barang atau perabotan lainnya. Adapun los-nya yang digunakan untuk berjualan buah-buahan, sayuran, ikan, daging dan sebagainya. Penerangan di pasar tradisional secukupnya, dan tidak ber-AC. Kebersihan juga kadang kurang terjaga, seperti sampah banyak berserakan dan bertumpukan sehingga sering menimbulkan bau. Akibatnya jika turun hujan maka menjadi becek dan kotor. Tapi semakin kesini kebersihan di pasar tradisional mulai di tingkatkan, bahkan sekarang ada pasar tradisional yang rapi dan bersih sehingga nyaman untuk dikunjungi.

b) Karakteristik Pasar Tradisional

Sulistyowati (1999) merumuskan karakteristik umum kegiatan pasar tradisional sebagai berikut:

- 1) Pengelolaan
 - a. Dikelola oleh pemerintah daerah (Dinas Pengelolaan Pasar)
 - b. Terdiri dari unit-unit usaha kecil yang dimiliki perseorangan/ rumah tangga yang pengelolaannya masih tradisional (umumnya berdasarkan bakat dan naluri)
- 2) Organisasi
 - a. Ada koperasi pedagang pasar, tetapi organisasi dalam pengelolaan kegiatan berdagangnya sendiri tidak ada
- 3) Kondisi fisik tempat usaha
 - a. Bangunan temporer, semi permanen atau permanen, terdiri atas toko, kios, jongko, los dan pelataran.
 - b. Kebersihan tidak terjaga dengan baik (becek, kotor, bau, dll) sehingga mengurangi kenyamanan berbelanja.
 - c. Gang antar kios/los terlalu sempit sehingga mengurangi keleluasaan bergerak
 - d. Fasilitas parkir tidak memadai
- 4) Barang
 - a. Barang yang dijual adalah barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari (barang primer dan sekunder), bahan pangan pokok yang tidak tahan lama cukup menonjol.
 - b. Barang yang dijual umumnya lebih segar dan bervariasi.
 - c. Harga barang relatif murah, tidak bersifat mati dan dapat ditawar.
 - d. Penataan barang seadanya.
- 5) Hubungan antara penjual dan pembeli
 - a. Terdapat interaksi antara penjual dan pembeli terlihat dari adanya tawar-menawar dalam proses jual beli
- 6) Waktu kegiatan

- a. Waktu kegiatan harian rata-rata dimulai pukul \pm 06.00 hingga pukul 15.00/16.00 (9-10 jam). Namun adapula pasar yang dimulai pada malam hari pada pukul 03.00 WIB
- 7) Mekanisme perolehan komoditas
 - a. Barang-barang yang dijual di pasar tradisional diperoleh dari pasar induk atau pasar yang lebih tinggi tingkatannya.
- 8) Lokasi
 - a. Pada awalnya pasar tumbuh tanpa perencanaan karena berkembang dengan sendirinya, dan biasanya berlokasi di tempat-tempat yang dianggap strategis dan aksesibilitasnya baik (mudah dijangkau).
- c) Ciri- ciri dari Pasar Tradisional:
 - 1) Proses jual beli barang, melalui proses tawar menawar harga.
 - 2) Barang yang dijual umumnya keperluan memasak, dapur dan rumah tangga.
 - 3) Harga barang yang diperjualbelikan relatif murah dan terjangkau.
 - 4) Area pasar tradisional biasanya di tempat yang terbuka.
- d) Syarat dari Pasar atau Terbentuknya Pasar Tradisional:
 - 1) Adanya penjual dan pembeli.
 - 2) Adanya barang yang di jual-belikan.
 - 3) Terjadinya kesepakatan harga dan transaksi.

2. Pasar Modern

a) Pengertian Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar pasar yang bersifat modern yang dimana barang dagangannya diperjual belikan dengan harga yang pas sehingga tidak ada aktivitas tawar menawar dan dengan layanan yang baik(Sulistyowati, 1999). Keunggulan pasar ini yaitu tempatnya bersih dan nyaman, pasar modern tidak hanya menjual kebutuhan sandang dan pangan saja, pasar tersebut juga menjual kebutuhan pokok dan sebagian besar barang dagangan yang dijualnya memiliki kualitas yang baik. Contoh tempat berlangsungnya pasar ini adalah di mall, plaza, swalayan dan tempat-tempat berbelanja lainnya, tentunya tempatnya bersih dan nyaman.

Pada Intinya, definisi pasar modern adalah pasar dimana terdapat penjual dan konsumen yang tidak melakukan transaksi secara langsung, melainkan konsumen melihat label harga yang sudah tertera pada barang, pasar ini berada dalam ruangan dan juga pelayanannya dilakukan secara swalayan atau bisa juga dilayani oleh pramuniaga. Barang yang dijual umumnya memiliki kualitas yang baik.

b) Karakteristik Pasar Modern:

Bayu (2014) merumuskan karakteristik umum kegiatan pasar tradisional sebagai berikut:

1) Pasar harus sehat, bersih dan tidak membahayakan konsumen.

Artinya, pasar tidak bisa dalam kondisi lebih banyak sampahnya daripada barang yang diperdagangkan. Pasar harus sehat dan bersih. "Pasar betul-betul bisa menghindari konsumen dan pedagang agar tidak kena penyakit.

2) Pasar harus tertib hukum.

Penipuan, misalnya, dalam hal timbangan tidak boleh terjadi. Dia mencontohkan, konsumen melakukan pembelian Rp90.000 untuk 10 kilogram tapi ternyata hanya 9 kilogram. Sehingga, yang dilakukan oleh Pedagang adalah menyesuaikan harga, bukan karena kelangkaan. Menurut Bayu, ini adalah hal berbahaya karena bisa seolah-olah harga barang naik.

3) Keadan Pasar

Pasar yang baik adalah pasar yang mempromosikan dan berusaha semaksimal mungkin untuk menjual produk-produk dalam negeri, produksi petani lokal, hingga UKM lokal. "Karena apabila kita bikin nilai tambahnya di dalam negeri dan dijual di dalam negeri, maka akan meningkatkan daya beli meningkat," lanjut Bayu

4) Pasar peduli pada konsumen

Pasar harus bisa menyediakan fasilitas bagi ibu hamil atau orang cacat. "Kita tidak hanya ngomong pasar tradisional, banyak mal-mal yang tidak menyediakan fasilitas buat konsumen tersebut," sambungnya.

5) Desain Pasar

Pasar harus didesain dengan memiliki recycling unit agar tidak boros energi, disertai dengan ruang hijau dengan seperti pepohonan, dan tidak memasang dekorasi dengan bunga-bunga plastik.

- 6) Pertahanan Pasar
- 7) Pasar harus bisa mempertahankan identitas budaya dari pasar itu. Juga harus bisa mempertahankan identitas masyarakat setempat. "Pasar juga omsetnya harus naik," ujar Bayu terkait syarat terakhir.
- 8) Identitas pasar

Identitas Pasar yang maju yang diinginkan pemerintah.

c) Ciri-ciri pasar modern dan syarat-syarat pasar

Berikut ini ciri dari pasar modern:

- 1) Tidak bisa tawar-menawar harga.
- 2) Harga sudah tertera di barang yang dijual dan umumnya diberi barcode.
- 3) Barang yang dijual beranekaragam dan biasanya memiliki kualitas yang baik.
- 4) Berada dalam bangunan atau ruangan dan pelayanannya dilakukan sendiri (swalayan).
- 5) Layanan yang baik dan biasanya memuaskan.
- 6) Tempatnya bersih dan nyaman, ruangan ber-AC.
- 7) Tata tempat yang rapi supaya konsumen atau pembeli dapat dengan mudah menemukan barang yang akan di belinya.
- 8) Pembayarannya dilakukan dengan membawa barang ke Kasir dan tentunya tidak ada tawar-menawar lagi.

d) Syarat Terjadinya Pasar Modern

- 1) Adanya penjual dan adanya pembeli
- 2) Adanya barang atau jasa yang akan diperjualbelikan.
- 3) Terjadinya kesepakatan harga dan transaksi, antara penjual dan pembeli.

8. Mekanisme Pasar

Dalam Islam, pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis, Islam menciptakan suatu keadaan pasar yang dibingkai oleh nilai-nilai *syari'ah*, meskipun tetap dalam suasana bersaing. Ini tentu saja bukan

hanya kewajiban personal pelaku pasar tetapi juga membutuhkan intervensi pemerintah. Untuk itulah pemerintah mempunyai peranan penting dalam menciptakan pasar yang Islami, Mujahidin (2005)

Gambaran pasar yang Islami adalah pasar yang didalamnya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan nilai dan moralitas Islam yang terdiri dari Norma yang berlaku untuk Muslim dan Norma yang berlaku untuk masyarakat umum seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan, Umar (1997) Prinsip dasar yang diajarkan oleh Rasulullah SAW berkaitan dengan mekanisme pasar dalam perdagangan, kedua belah pihak dapat saling menjual dan membeli barang secara ikhlas artinya tidak ada campur tangan serta intervensi pihak lain dalam menentukan harga barang.

Dengan mengacu Al-Qur'an dan praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan para sahabatnya, Ibnu Taymiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang Islami menurut Mujahidin(2005) adalah

- a. Orang harus bebas keluar masuk pasar
- b. Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan-kekuatan pasar dan barang dagangan.
- c. Unsur-unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan
- d. Adanya kenaikan penurunan harga yang disebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
- e. Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan produk, penipuan, dan kecurangan kualitas barang.

Mekanisme pasar dibangun atas kebebasan yaitu kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa sebagaimana yang disukai. Ibnu Taymiyah menempatkan kebebasan pada tempat yang tinggi bagi individu dalam kegiatan ekonomi, walaupun beliau memberikan batasan-batasannya. Selain itu juga diperlukan kerjasama saling membantu antara masyarakat satu dengan masyarakat yang lain untuk mewujudkan kesejahteraan bersama. Segala sesuatu itu boleh dan sah dilakukan sampai ada larangan khusus yang bertentangan dengan *syari'ah* Islam, khususnya dalam hal penipuan dan merugikan, Mujahidin (2005)