

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan dunia bisnis dan perekonomian serta persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis, mengakibatkan seringkali ditemukan kecurangan yang berjauhan dengan nilai-nilai moralitas dan Agama, kerap ditemui kecurangan pada perekonomian. Saat ini banyak ditemui pedagang yang dalam pelaksanaan bisnisnya dipenuhi oleh praktek-praktek mal-bisnis, yang dimaksud praktek mal-bisnis dalam pengertian ini adalah mencakup semua perbuatan bisnis yang tidak baik, jelek, membawa akibat kerugian, maupun melanggar hukum (Hidayatulloh, 2012). Oleh karena itu diperlukan adanya etika dalam berbisnis. Sesuai dengan hasil survey (Arif, 2016) kasus pelanggaran etika bisnis islam merupakan hal yang biasa dan wajar menurut beberapa pedagang, beberapa hal yang merusak etika bisnis dalam berdagang tersebut dilakukan oleh para pedagang karena adanya persaingan antara satu dengan yang lain yang dilakukan oleh pedagang ataupun pembisnis yang tidak bertanggung jawab. Berbagai hal tersebut merupakan bentuk dari persaingan yang tidak sehat oleh para pembisnis yang ingin menguasai pasar, selain untuk menguasai pasar, terdapat faktor lain yang juga mempengaruhi para pebisnis untuk melakukan pelanggaran etika bisnis Islam, antara lain untuk memperluas pangsa pasar, serta mendapat banyak keuntungan. Ketiga faktor tersebut merupakan alasan yang umum untuk para pebisnis melakukan pelanggaran etika dengan berbagai cara. Praktik perdagangan selama ini dinilai masih cenderung mengabaikan etika, rasa keadilan dan kerap kali diwarnai praktek-praktek tidak terpuji.

Perkembangan agama Islam dapat dijadikan pelajaran dalam permasalahan perdagangan dan kegiatan bisnis lainnya. Pedagang memiliki peran penting bahkan menjadi peran utama dalam bisnis. Islam memiliki

pedoman Al-Quran dan As-sunnah dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Dalam sejarah Islam yang di praktekkan oleh nabi Muhammad SAW sebagai seorang pedagang telah melakukan transaksi melalui perdagangan dengan jujur, adil, dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh atau kecewa. Terdapat tiga aspek bangunan utama dalam Islam, yaitu aspek aqidah (iman), aspek syari'ah (Islam), dan aspek akhlak (ihsan) (Karim, 2004). Bila dilihat dari tiga aspek yang mendasari ajaran Islam tersebut, jelaslah bahwa Islam tidak hanya memperhatikan ibadah (*hablum minallah*), tapi juga memperhatikan hal-hal yang sifatnya muamalah, yaitu mengatur hubungan manusia dengan sesamanya (*hablum minannas*), (Rahman, 1997). Agama Islam mengajarkan para penganutnya untuk melakukan praktik ekonomi berdasarkan norma-norma dan etika Islam. Islam juga menekankan agar aktifitas bisnis manusia dimaksudkan tidak semata-mata sebagai alat pemuas keinginan (*al-syahwat*), tetapi lebih pada upaya pencarian kehidupan berkeselimbangan dunia-akhirat disertai perilaku positif bukan destruktif. Sudah menjadi kodrat manusia untuk diciptakan sebagai makhluk bergelut di bidang ekonomi, baik secara personal maupun kolektif, dalam memenuhi kebutuhan hidup, yang pada satu sisi tidak terbatas dan pada sisi lain dihadapkan pada sumber-sumber terbatas (Hidayatulloh, 2012). Sebagai bagian integral aktifitas manusia, kegiatan ekonomi tak dapat dielakkan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan dalam rangka menjalankan tanggung jawab manusia sebagai pihak yang berpartisipasi aktif dalam peningkatan taraf hidup manusia secara individu, kolektif atau universal. Keterlibatan manusia dalam aktifitas bisnis tidak semata karena faktor pemenuhan kebutuhan fisik, tapi pembinaan komunikasi positif, perilaku saling menguntungkan, realisasi keadilan, dan perilaku tidak saling merugikan merupakan sebagian dari sekian banyak faktor terciptanya tatanan kehidupan manusia (Hidayatulloh, 2012). Kebanyakan masyarakat menilai bisnis hanya kegiatan duniawi saja tak ada korelasi dengan konsekuensi kehidupan di

akhirat. Masyarakat bisnis dan perdagangan kurang terbiasa berfikir dalam konteks bisnis adalah lahan ibadah mu'amalah (Muslich, 2010)

Dalam pengelolaan bisnis dibutuhkan manusia yang baik, dimana pengelolaan bisnis secara etik harus menggunakan landasan Norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penilaian suatu keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan prestasi ekonomi dan financial semata, tetapi keberhasilan itu juga diukur dengan menggunakan tolak ukur nilai moralitas dan nilai etika yang dilandasi nilai-nilai sosial dan ekonomi serta nilai agama. Adapun etika bisnis itu sendiri adalah aplikasi etika umum yang mengatur dan menilai perilaku bisnis yang berisi Norma moralitas. Sedangkan dalam Islam, etika mengacu pada dua sumber yaitu Qur'an dan Sunnah. Etika dalam Islam menyangkut Norma dan tuntunan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu atau lembaga, kelompok, dan masyarakat dalam konteks hubungan dengan Allah dan lingkungan. Di dalam sistem etika Islam ada sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang bernilai baik dan bernilai buruk (Muslich, 2010). Dalam etika bisnis Islam terdapat 5 ketentuan umum yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, Amanah dan Ihsan (Bekun, 2004)

Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap Muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk didalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan

yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat. (Amalia, 2012).

Dalam perekonomian Islam, pasar memiliki kedudukan yang penting. Rasulullah sangat menghargai harga yang adil yang terbentuk di pasar. Karena dalam Islam, nilai-nilai moralitas yang meliputi kejujuran, keadilan dan keterbukaan sangat diperlukan dan menjadi tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Nilai-nilai tersebut merupakan cerminan dari keimanan seorang Muslim kepada Allah. Bahkan Rasulullah pun tidak menyukai transaksi perdagangan yang tidak mengindahkan nilai-nilai moralitas. Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan di pasar harus disadari secara personal oleh setiap pelaku pasar, artinya setiap pedagang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi juga keberkahan. (Amalia, 2012). Pasar di Indonesia pada umumnya terdapat dua jenis, yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Warga Indonesia maupun warga asing sering datang ke pasar Modern ataupun pasar Tradisional untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau pun mencari barang untuk memenuhi keinginan.

Menurut Peraturan menteri Perdagangan Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern Nomor 70 tahun 2013 mendefinisikan pasar tradisional adalah 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 memiliki ciri-ciri seperti proses jual-beli melalui tawar menawar, harga relatif lebih murah akan tetapi tempat atau area pasar biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai,

los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual ataupun suatu pengelola pasar (Sulistyowati, 1999).

Sedangkan Pasar Modern adalah pasar yang bersifat modern, dimana barang dagangannya diperjual belikan dengan harga yang pas sehingga tidak ada aktifitas tawar menawar dan dengan layanan yang baik, selain itu pasar modern 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. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi serta alokasi sumber daya dalam masyarakat (Sulistyowati, 1999). Perdagangan mempunyai peran yang penting dalam menggerakkan roda perekonomian, salah satu alasannya ialah karena tidak seorangpun yang dapat memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Dengan berdagang seseorang yang membutuhkan dapat saling menutupi kebutuhan dan saling tolong-menolong diantara mereka. Dalam Islam profesi sebagai pedagang sangat dianjurkan. Berdagang merupakan profesi yang mulia, karena berdagang merupakan salah satu bentuk ibadah dimana kegiatan yang dilakukan tidak hanya untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk kepentingan orang banyak (Amalia, 2012).

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis

untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis (Amalia, 2012).

Dewasa ini, muslimin mengalami masalah yang sangat dilematis karena di dalam pikirannya ada semacam keresahan apakah praktek-praktek bisnis dilakukan telah benar menurut pandangan Islam. Banyak yang telah meninggalkan nilai-nilai atau etika Islam hanya untuk mencari laba sebesar-besarnya. Demikian pula dalam melaksanakan aktivitas ekonomi, nilai-nilai Islam senantiasa menjadi landasan utamanya. Siapa saja yang ingin bermuamalah diperbolehkan, kecuali yang dilarang. Hal ini memberikan ruang gerak yang luas bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas ekonominya sehingga dapat meningkatkan taraf hidupnya. Perkembangan globalisasi, laju kondisi sosial ekonomi masyarakat, dan perubahan sistem nilai telah membawa perubahan. Perubahan terhadap pola kehidupan dan kebutuhan masyarakat. Pasar sebagai salah satu fasilitas perbelanjaan selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat penting dalam kehidupan masyarakat. Bagi masyarakat pasar bukan sekedar tempat bertemunya penjual dan pembeli, pasar juga wadah interaksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional.

Sehingga, berdasarkan hasil survey peneliti secara langsung ke beberapa pasar tradisional dan pasar modern yang ada di kabupaten Magelang, maka salah satu bentuk pasar tradisional terbesar di kabupaten Magelang adalah Pasar Tradisional Muntilan dan pasar modern Hadi Suwarno. Pasar Tradisional Muntilan terletak di Kabupaten Magelang ini merupakan salah satu pasar terbesar di kabupaten Magelang yang terletak di Jalan Pemuda No.12 arah jalan Klamong. Pasar Tradisional Muntilan merupakan wadah yang disediakan oleh kabupaten Magelang didaerah Muntilan untuk mengapresiasi seluruh kegiatan ekonomi (jual beli) yang ada di Magelang, sedangkan pasar modern HS terletak di jalan Kyai Raden Santri, merupakan Pasar modern yang banyak diminati oleh masyarakat,

terbukti dengan banyaknya pengunjung yang datang setiap harinya. Pasar Modern HS ini mempunyai 2 cabang yang ada di Kabupaten Magelang. Ini membuktikan bahwa pasar Modern HS sangat diminati oleh masyarakat. Pasar HS adalah salah satu Pasar Modern yang tidak sembarangan dalam merekrut karyawan, Karyawan yang bekerja disini haruslah beragama Islam dan dapat membaca Al-Quran.

Dari hasil survey yang peneliti lakukan di dua pasar tersebut, maka peneliti akan membandingkan bagaimana komparasi implementasi etika bisnis islam yang kriteria yang berbeda dimana pasar tradisional Muntilan adalah salah satu jenis pasar tradisional dengan latar belakang pedagangnya beragam jenisnya. Sedangkan pasar modern Hadi Suwarno adalah pasar modern yang hanya dipunyai oleh satu pemilik. Tujuan dari melakukan perbandingan implementasi etika bisnis Islam ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan perbedaan dan persamaan Etika Bisnis Islam yang diterapkan antara pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno.

Al-Qur'an sebagai sumber nilai, telah memberikan nilai-nilai prinsipil untuk mengenali perilaku-perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai al-Qur'an khususnya dalam bidang bisnis. Pasar tradisional Muntilan mengalami persaingan ketat dengan sejumlah pusat perbelanjaan modern yang semakin menjamur seiring dengan pertumbuhan kecamatan Muntilan. Di wilayah Muntilan dan sekitarnya, setidaknya telah berdiri sejumlah pusat perbelanjaan modern seperti Indomaret, alfamart, laris, ruko dan swalayan disekitar. Sementara Pasar Moderen Hadi Suwarno adalah Persaingan yang ketat dengan pusat perbelanjaan modern lainnya. Pasar Modern Hadi Suwarno mengalami persaingan ketat dengan sejumlah pusat perbelanjaan modern yang semakin menjamur seiring dengan pertumbuhan kecamatan Muntilan. Pada mulanya etika bisnis muncul ketika kegiatan bisnis tidak luput dari sorotan etika. Menipu dalam bisnis, mengurangi timbangan atau takaran, merupakan

contoh-contoh konkrit adanya hubungan antara etika dan bisnis. Dari fenomena-fenomena itulah maka akan diadakannya penelitian dengan judul **“Komparasi Implementasi Etika Bisnis Islam antara Pasar Tradisional dan Pasar Modern (Studi pada Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno)”**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka pokok masalah yang dapat dirumuskan adalah: Bagaimana Komparasi Implementasi Etika Bisnis Islam antara Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan perbedaan dan persamaan Etika Bisnis Islam yang diterapkan antara pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Bagi Aspek Akademis
 - a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai etika bisnis Islam yang dilakukan oleh perusahaan atau oleh perorangan yang melakukan bisnis. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan meningkatkan pengetahuan tentang etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnis atau berdagang yang dilakukan oleh perusahaan ataupun oleh perorangan.
2. Bagi Aspek Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi positif untuk mengetahui lebih lanjut mengenai etika bisnis Islam, terutama dalam bidang jual beli. Menjadikan etika bisnis Islam sebagai pegangan atau acuan seseorang ataupun perusahaan dalam melakukan bisnis yang baik dan benar.
 - b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangan konsep khususnya bagi pemerintah terkait dalam etika bisnis yang harus dilakukan oleh perusahaan, badan hukum, perorangan dan pihak swasta dalam melakukan bisnisnya agar tidak ada pihak pihak yang dirugikan dalam sebuah kegiatan bisnis.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan pada dasarnya berisi uraian tentang tahapan pembahasan yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

1. BAB I Pendahuluan, merupakan bagian yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka. Dimana latar belakang masalah berisi tentang alasan perlunya dilakukan penelitian dan juga mengandung inti dari permasalahan yang akan diangkat menjadi topik dalam penelitian sehingga akan menghasilkan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan.
2. BAB II, bab ini berisi tentang telaah pustaka, landasan teori, hipotesis, dan kerangka berfikir. Pada sub bab telaah pustaka ini diuraikan penelitian-penelitian dan kajian-kajian terdahulu, yang diperoleh dari jurnal ilmiah

nasional yang bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Telaah pustaka ini memuat informasi-informasi dari penelitian-penelitian mengenai etika bisnis yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Selanjutnya, pada sub bab landasan teori diuraikan teori-teori yang relevan dengan permasalahan penelitian penulis, seperti implementasi etika bisnis yang meliputi pengertian etika bisnis secara umum dan secara islami, pentingnya etika bisnis islam serta etika bisnis islam menurut Rasulullah SAW. Kemudian membahas tentang pasar secara umum, pasar tradisional dan pasar modern.

3. BAB III, Pada bab ini akan diuraikan tatacara pelaksanaan penelitian untuk mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang telah ditetapkan. Tatacara pelaksanaan penelitian pada sub bab ini meliputi desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, Instrumen penelitian yang digunakan, dan teknik analisis data.
4. BAB IV Bab ini memaparkan tentang gambaran umum Etika Bisnis Islam pada Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern HS, serta hasil penelitian yang telah dilakukan.
5. BAB V Pada bab ini adalah penutup. Bagian ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran sebagai jawaban persoalan yang dibahas dalam penelitian ini.

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 suatutransaksi 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 devisi 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.	Haris Hidayatulloh (2012) “Etika Bisnis dalam Prespektif AlQur’an: Upaya Membangun Bisnis yang Islami untuk Menghadapi Tantangan Bisnis di Masa Depan”	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	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.
2.	Fitri Amalia (2014) “Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil”	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 dijualbukan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan (profit) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.	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.
3.	Muhammad Saifullah (2011) “Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah”	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 tadhlis, dan saling menguntungkan (<i>mutual benefit principle</i>) antara penjual dan pembeli. Pola bisnis yang	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

		dipraktikkan Nabi Muhammad SAW ini tentu perlu diadaptasi oleh parapebisnis di masa kini yang terkadang mudah keluar dari etika-etika seperti yang dipraktikkan oleh Nabi SAW.	dan pasar modern.
4.	<p>Indah Muliawati & Dalili Daniati (2014)</p> <p>“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)</p> <p>“Etika Bisnis Islam Pedagang Sapi dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Pedagang di Kecamatan Masbagik Kabupaten Lombok</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</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>

	Timur”	palsu dan menepati janji. 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 <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 .	
6.	Darmawati (2012) “Perilaku Jual Beli di Kalangan Pedagang Kaki Lima dalam Perspektif Etika Bisnis Islam: Studi Kasus Pedagang Buah-Buahan di Kota Samarinda”	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.	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.
7.	Mabarroh Azizah (2013) “Etika Perilaku Periklanan dalam Bisnis Islam”	Ketika bisnis ingin berkembang menjadi besar, maka diperluarkan sebagai sarana promosi untuk pengenalan dan daya ingat produk kepada masyarakat. Dalam pembuatan iklan diperlukan unsur-unsur yang sangat berpengaruh dalam keberhasilan iklan sehingga mampumendongkrak 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</i>	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><i>fil-mu'malah al-ibahah illa ayyadulla dalilun 'ala tahrimiha).</i></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)</p> <p>“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 dipraktikkan atau justru tidak dipraktikkan. 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).

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 kususny 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 وَتُدْأُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِنْ 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 (Beekun, 2004) 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)

Menurut Beekun kesatuan atau Tauhid merupakan dimensi vertikal dalam Islam. Prinsip kesatuan ini memandang bahwa politik, ekonomi, sosial dan sebagainya merupakan satu keatuan. Atas dasar pandangan Beekun ini pengusaha Muslim dalam aktivitasnya tidak akan melakukan tiga hal seperti (Beekun, 2004): pertama, diskriminasi terhadap pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit,

jenis kelamin dan agama. Kedua, Allah lah yang paling ditakuti dan dicintai. Oleh karena itu terefleksikan dalam seluruh sikap hidup dalam berbagai dimensi termasuk bisnis. Ketiga, tidak menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikat kekayaan hanya milik 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 عَلَآ تَعْدِلُوا ۚ
 ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ
 إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا 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)

Prinsip keadilan atau keseimbangan berhubungan dengan konsep keesaan adalah keseimbangan diantara berbagai kehidupan manusia untuk menciptakan aturan sosial yang terbaik. Rasa keseimbangan atau keadilan ini diperoleh melalui tujuan yang sadar dan merupakan dimensi horizontal dalam Islam (Beekun, 2004)

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 sebeb-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 بِكُمْ 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. Sedangkan menurut Beekun kebebasan merupakan kemampuan manusia untuk bertindak tanpa tekanan eksternal dalam ukuran ciptaan Allah dan sebagai khalifah Allah di muka bumi (Beekun, 2004)

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), pengajuan 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 (Beekun, 2004). 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 ۖ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۗ 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 dipresepsikan 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.

a. Pasar Tradisional

1) 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.

2) 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

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

Terdapat interaksi antara penjual dan pembeli terlihat dari adanya tawar-menawar dalam proses jual beli

6) Waktu kegiatan

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
Barang-barang yang dijual di pasar tradisional diperoleh dari pasar induk atau pasar yang lebih tinggi tingkatannya.
- 8) Lokasi
Pada awalnya pasar tumbuh tanpa perencanaan karena berkembang dengan sendirinya, dan biasanya berlokasi di tempat-tempat yang dianggap strategis dan aksesibilitasnya baik (mudah dijangkau).
- 9) Ciri- ciri dari Pasar Tradisional:
 - a) Proses jual beli barang, melalui proses tawar menawar harga.
 - b) Barang yang dijual umumnya keperluan memasak, dapur dan rumah tangga.
 - c) Harga barang yang diperjualbelikan relatif murah dan terjangkau.
 - d) Area pasar tradisional biasanya di tempat yang terbuka.
- 10) Syarat dari Pasar atau Terbentuknya Pasar Tradisional:
 - a) Adanya penjual dan pembeli.
 - b) Adanya barang yang diperjual-belikan.
 - c) Terjadinya kesepakatan harga dan transaksi.

b. Pasar Modern

1) 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.

2) Karakteristik Pasar Modern:

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

a) 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.

b) 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.

c) 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

d) 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.

e) 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.

- f) Pertahanan Pasar
- g) 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.

h) Identitas pasar

Identitas Pasar yang maju yang diinginkan pemerintah.

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

Berikut ini ciri dari pasar modern:

- a) Tidak bisa tawar-menawar harga.
- b) Harga sudah tertera di barang yang dijual dan umumnya diberi barcode.
- c) Barang yang dijual beranekaragam dan biasanya memiliki kualitas yang baik.
- d) Berada dalam bangunan atau ruangan dan pelayanannya dilakukan sendiri (swalayan).
- e) Layanan yang baik dan biasanya memuaskan.
- f) Tempatnya bersih dan nyaman, ruangan ber-AC.
- g) Tata tempat yang rapi supaya konsumen atau pembeli dapat dengan mudah menemukan barang yang akan di belinya.
- h) Pembayarannya dilakukan dengan membawa barang ke Kasir dan tentunya tidak ada tawar-menawar lagi.

4) Syarat Terjadinya Pasar Modern

- a) Adanya penjual dan adanya pembeli
- b) Adanya barang atau jasa yang akan diperjualbelikan.
- c) 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)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai pengumpulan data dan analisis data saja. Dalam pengertian yang lebih luas, desain penelitian mencakup semua proses-proses perencanaan penelitian, dan pelaksanaan penelitian atau proses operasional penelitian (Nazir M. , 2005) Desain penelitian adalah rancangan, pedoman, ataupun segala sesuatu yang berkepentingan dengan pelaksanaan penelitian, (Bungin, 2010)

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang berbentuk deskriptif yaitu dimana peneliti berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan tentang kondisi jual beli yang ada pada pasar tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno.

B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

Dari segi lokasi penelitian, penelitian ini dilakukan pada dua Jenis Pasar yaitu Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno. Lokasi Pasar Tradisional Muntilan ini terletak di Jalan Pemuda No.12 arah jalan Klagon Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang dengan kode pos 56415. Sedangkan, lokasi Pasar Modern Hadi Suwarno ini terletak di jalan Tentara Pelajar Ponalan dan cabangnya terletak di Jalam Kyai Raden Santri nomor 3. Dari segi waktu penelitian, penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan, yaitu dimulai pada hari Senin, 3 Juli 2017 sampai dengan Senin, 7 Agustus 2017.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subyek penelitian kualitatif adalah orang yang dapat dijadikan sumber data untuk memperoleh informasi diantaranya adalah Dinas Pasar, pengelola pasar, pedagang pasar, konsumen pasar.

D. Obyek penelitian

Obyek penelitian adalah yang menjadi pokok perhatian dari suatu penelitian dan kunci utama yang berfungsi sebagai topik yang ingin diketahui dan diteliti oleh

Peneliti. Obyek penelitian ini adalah Etika Bisnis Islam dari Pedagang Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno.

E. Populasi dan Sampel

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Dari banyaknya jumlah Pasar yang ada di Kabupaten Magelang, maka populasi dalam penelitian ini adalah Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno dengan mengambil Sepuluh sampel.

Pasar Tradisional Muntilan, berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan merupakan pasar terbesar yang ada di Kabupaten Magelang, sedangkan Pasar Modern Hadi Suwarno merupakan Pasar dengan pengunjung terbanyak yang ada di Muntilan.

Pasar Tradisional Muntilan yang terdapat banyak pedagang didalamnya dengan latar belakang berbagai jenis agama yang dianut oleh pedagangnya, sedangkan pasar Modern Hadi Suwarno merupakan salah satu Pasar modern dengan latar belakang pemiliknya yang beragama Islam.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti Arikunto (2006). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan kelompok subjek yang didasarkan atas kriteria dan tujuan tertentu yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedagang yang ada di Pasar Modern HS dan Pasar Tradisional Muntilan.

Dari total jumlah pedagang jenis usaha yang dijalankan di Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno, penelitian ini akan mengambil 5 informan untuk pasar Tradisional dan 5 informan untuk pasar modern Hadi Suwarno Sampel dari penelitian ini diambil dengan Kriteria:

1. Satu Orang Pengelola Pasar dengan spesifikasi Kepala Pasar Tradisional Muntilan pada masa jabatan 2017/2018 dan Owner Pasar Modern Hadi Suwarno

2. Tiga Pedagang Pasar dengan criteria Pedagang telah berjualan di Pasar dengan jangka waktu minimal 15 tahun untuk pasar Tradisional Muntilan dan minimal 3 tahun untuk pedagang Pasar Modern Hadi Suwarno
3. Satu Konsumen dengan spesifikasi Konsumen dengan minimal berbelanja 4 kali dalam sebulan di pasar tradisional dan sekali dalam sebulan berbelanja di pasar modern, dalam hal ini sampel diambil dari konsumen yang sama.

F. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, penelitian yang langsung berhubungan objek yang diteliti. Pendekatan atau metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif sendiri merupakan penelitian yang mengamati seluruh situasi secara luas, fakta dan mendalam. Sedangkan penelitian kualitatif sendiri cocok digunakan untuk mengamati tindakan manusia dalam kehidupannya. Deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang dilakukan langsung kepada sumber data untuk mendapatkan data yang fakta, akurat dan mendalam. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata tertulis atau lisan dan mengamati semua perilaku dari obyek yang diamati. Karena penelitian ini menggambarkan keadaan sebenarnya dari sumber data, (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini data yang diperoleh tidak diolah menggunakan statistik melainkan diolah dengan metode induktif. Dalam penelitian ini meneliti mengenai perilaku bisnis yang dilakukan oleh pedagang yang ada pada pasar Tradisional Muntilan dan Karyawan Pasar Modern Haji Suwarno dalam perspektif etika bisnis Islam.

G. Teknik Menentukan Informan

Informan merupakan orang memberi informasi dan orang yang mengetahui mengenai situasi dan kondisi latar dalam penelitian. Dalam penelitian ini informan dibutuhkan untuk menjangkau informasi dan tepat sasaran dalam mencari informasi yang dibutuhkan sesuai dengan penelitian.

Dalam penelitian ini pemilihan informan menggunakan cara *purposive sampling*, cara ini adalah pengambilan sampel sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu untuk

mendapatkan informasi yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian, dari hasil wawancara dengan pengelola pasar Modern Haji Suwarno dan dengan seorang pengelola pasar Tradisional Muntilan, di pasar tradisional muntilan sendiri terdapat kurang lebih 2.988 pedagang.

H. Sumber Data

Informasi atau data dapat dibedakan berdasarkan sumbernya, yaitu data primer, sebagai data yang diambil dari tangan pertama dan data sekunder, sebagai data yang di ambil dari tangan kedua, ketiga, dan seterusnya. Dalam kajian ini, penulis mempunyai dua bagian sumber data, yaitu: data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari obyek penelitian dengan cara wawancara dan mengamati. Sedangkan data sekunder diperoleh dari kajian perpustakaan atau data dari penelitian yang pernah dilakukan oleh orang lain sebelumnya.

I. Metode Pengambilan Data

Dalam penelitian ini untuk membantu pengumpulan data maka peneliti menggunakan beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Metode Observasi adalah proses pengambilan data yang dilakukan dengan pengamatan atau pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data langsung dari lapangan dan mengidentifikasi tempat yang hendak akan diteliti. Peneliti menggunakan observasi partisipatif yaitu observasi dengan penelitian terlibat langsung didalam kegiatannya untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih lengkap dan nyata.

2. Metode Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengambilan data dalam bentuk wawancara atau Tanya jawab dengan pihak yang bersangkutan. Sistematika wawancara berlandaskan pada tujuan peneliti. Sutrisno Hadi (1989) Wawancara dilakukan dengan pimpinan pasar, pengelola pasar, pedagang pasar, serta konsumen pasar. Untuk mencari data atau informasi yang diinginkan sesuai dengan judul pada penelitian ini. Dalam hal ini peneliti menggunakan

interviewguide sebagai acuan wawancara terhadap responden yang didalamnya menggunakan pedoman etika bisnis agama Islam.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengambilan data dimana yang menjadi data adalah dokumen, yakni berupa catatan, buku, Surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya yang berkaitan dengan obyek yang diteliti. Dimana biasanya juga bisa merupakan hasil potretan yang telah dihasilkan oleh peneliti.

J. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2008) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati secara spesifik. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Selanjutnya wawancara digunakan untuk mengetahui lebih mendalam terkait dengan etika bisnis islam pada Pasar Tradisional Muntilan dengan Pasar Modern HS ini untuk mengetahui dimana letak persamaan dan perbedaan dari adanya Etika bisnis Islam pada dua jenis pasar tersebut.

K. Teknis Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogan dalam Sugiyono (2013) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan diskusi terfokus dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif juga menggunakan teknik analisis deskriptif induktif. Menurut Suriasumantri (2005) metode induktif adalah cara berfikir ditarik suatu kesimpulan yang bersifat umum dari berbagai kasus yang bersifat individual yang dimulai dengan mengemukakan pernyataan-pernyataan yang mempunyai ruang lingkup yang khas dan terbatas dalam menyusun argumentasi yang diakhiri dengan pernyataan yang bersifat umum, kemudian dianalisis dengan metode:

1. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif ini penganalisisan data sekunder, pertama-tama dilakukan analisis tentang etika bisnis Islam pada pasar tradisional Muntilan dengan pasar Modern HS.

2. Analisis Deskriptif

Yaitu penganalisaan data primer yang diambil dengan melalui hasil wawancara dan diskusi dengan informan secara mendalam dengan menghubungkan pada data sekunder sehingga diperoleh gambaran secara jelas dan rinci fenomena yang menjadi pokok bahasan, jadi dalam analisis data ini peneliti akan mendeskripsikan hasil komparasi Etika Bisnis Islam antara Pasar Tradisional Muntilandengan Pasar Modern HS dilakukan sebagai berikut:

- a) Mengumpulkan data, yaitu data yang dikumpulkan berasal dari hasil observasi, wawancara, dan hasil dokumentasi.
- b) Mengklarifikasi materi data, langkah ini digunakan untuk memilih data yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.
- c) Pengeditan, yaitu melakukan penelaahan terhadap data yang terkumpul melalui teknik-teknik yang digunakan kemudian dilakukan penelitian dan pemeriksaan kebenaran serta perbaikan apabila terdapat kesalahan sehingga mempermudah proses penelitian lebih lanjut.
- d) Menyajikan data, yaitu data yang telah ada dideskripsikan secara verbal kemudian diberikan penjelasan dan uraian berdasarkan pemikiran yang logis, serta memberikan argumentasi dan dapat ditarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pasar Tradisional Muntilan

1. Gambaran Umum Pasar Tradisional Muntilan

Pasar rakyat, atau yang sering disebut pasar tradisional adalah wujud kemandirian ekonomi rakyat, tempat terjadinya interaksi sosial dan wujud keberadaan budaya bangsa. Terdapat sekitar 80 ribu rakyat yang menggantungkan kehidupannya secara ekonomi terhadap profesinya sebagai pegiat pasar rakyat atau sering disebut Pasar Tradisional. Pasar Tradisional Muntilan merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Magelang (Pranowo, 2017).

Menurut Pranowo, adanya pasar tradisional Muntilan ini dimulai sejak tahun 1938. Pasar Muntilan yang terletak di Kabupaten Magelang ini merupakan salah satu pasar terbesar di kabupaten Magelang mengingat bahwa Muntilan adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, Indonesia yang menjadi pusat perdagangan dan jasa di bagian selatan yang tepatnya terletak di Jalan Pemuda No.12 arah jalan Klangon, Muntilan Magelang dengan kode pos 56411. Pasar Tradisional Muntilan merupakan wadah yang disediakan oleh kabupaten Magelang di daerah Muntilan untuk mengapresiasi seluruh kegiatan ekonomi (jual beli) yang ada di Muntilan. Muntilan merupakan Ibu kota Kecamatan dari Kabupaten Magelang yang memiliki khasanah khas baik dalam bidang perekonomian. Sehingga tidak heran jika Pasar Tradisional Muntilan merupakan salah satu pasar terbesar di Kabupaten Magelang yang menjadi rujukan oleh kebanyakan masyarakat kabupaten Magelang (Pranowo, 2017).

Perkembangan Pasar Muntilan ini mulai terlihat dengan adanya bukti dipugarnya pasar Muntilan untuk direnovasi agar lebih tertata dengan baik dan menjadi pasar tradisional yang lebih layak dengan jumlah beribu-ribu pengunjung setiap harinya. Posisi pasar tradisional sementara sekarang ini berada di dekat pemukiman penduduk desa Pucungrejo, Muntilan, Magelang yang berada tidak jauh dari pasar yang sedang direnovasi sebelumnya. Perencanaan renovasi pasar ini dimulai pada tahun 2016 dan rencananya akan selesai pada tahun 2018 (Pranowo, 2017).

Menurut hasil survey yang dilakukan oleh peneliti, jumlah pedagang yang ada dipasar tradisional Muntilan ini sekarang berjumlah 2.988 pedagang yang terdiri dari 249 kios, 1.468 los, 1.250 lesehan, dan 21 los daging yang digunakan oleh berbagai macam jenis pedagang seperti: Sayur Mayur, Buah, Klontong, Gerabah, Daging, Salon, Pakaian, jam tangan, peralatan pertanian, bibit tanaman, makanan ternak, toko mainan, Acecoris, ikan hias, tukang cukur, peralatan masak, empon-empon, dsb.

Sarana Pasar Tradisional Muntilan ini meliputi: Kantor Pengelola, tempat pembuangan sampah sementara, air bersih, drainase/ sanitasi, tempat ibadah berupa mushola, toilet umum, pos keamanan, dan area parkir yang menurut hasil survey kurang memadai. Kios adalah bangunan permanen beratap, berdinding di lingkungan pasar. Diatas tanah milik Pemerintah Daerah yang disediakan sebagai tempat untuk usaha dalam transaksi jual beli barang atau jasa. Los adalah bangunan permanen beratap, tidak berdinding di dalam lingkungan pasar yang disediakan sebagai transaksi jual beli barang atau jasa, yang biasanya setiap los terdiri dari beberapa petak dan masing-masing petak diberi tanda batas. Di Pasar Tradisional Muntilan ini juga terdapat sistem penarikan retribusi sebesar Rp.3000 rupiah, sistem keamanan dan ketertiban, sistem kebersihan dan penanganan sampah, sistem pemeliharaan pasar. Setiap pedagang yang memakai tempat dasaran mempunyai hak memperoleh jasa pelayanan fasilitas pasar, memperoleh pelayanan pemeliharaan pasar, memperoleh pelayanan kebersihan dan memperoleh pelayanan keamanan dan ketertiban (Pranowo, 2017).

2. Visi dan Misi Pasar Tradisional Muntilan

a. Visi Pasar Tradisional Muntilan

“Menjadikan pasar tradisional sebagai sarana unggulan dalam penggerak perekonomian daerah Muntilan.”

b. Misi Pasar Tradisional Muntilan

“Terwujudkannya pengelolaan pasar tradisional dengan pelayanan prima terhadap masyarakat dengan cara meningkatkan sarana dan prasarana pasar serta terpenuhi kebutuhan barang dan jasa yang lengkap, murah dan bersaing.”

3. Kepemilikan dan Struktur Organisasi Pengelola Pasar Tradisional Muntilan

Hak Kepemilikan Pasar Tradisional Muntilan ini dimiliki oleh Pemerintah Kabupaten Magelang yang memberikan kewenangan kepada Dinas Pasar Kabupaten Magelang sebagai Pihak yang bertanggung jawab mengurus aktifitas dan perkembangan Pasar tradisional Muntilan. Oleh Dinas Pasar Kabupaten Magelang tugas tersebut tidak diemban secara langsung dari kantor pusat secara langsung, melainkan melalui perwakilannya yaitu UPTD (Unit Pelaksana Teknis Daerah) yang membawahi 8 pasar salah satunya adalah Pasar Muntilan ini yang diketuai oleh Setiya Heru Pranowo. S.Sos, akan tetapi aktifitas administrasi pasar secara langsung ditangani oleh Kantor Pasar yang pada tahun ini diketuai oleh Budiman yang dibantu oleh Sembilan pegawai Negri Sipil dan lima non pegawai Negri Sipil atau biasa disebut tenaga harian (*honoror*) yang memiliki tugas untuk menarik retribusi, kebersihan dari para pedagang yang dilakukan setiap hari.

Berikut adalah nama-nama Struktur Oganisasi Pada Pasar Tradisional Muntilan dengan masa kepengurusan tahun 2017 yang baru: (Heru, 2017)

Tabel 4.1

Daftar Nama Pengelola Pasar Tradisional Muntilan Tahun 2017

No.	NAMA	JABATAN
1.	Setiya Heru Pranowo. S.Sos	Ka. UPT Perdagangan dan Pasar Wilayah Muntilan dan Salam
2.	Budiman	Kepala Pasar
3.	Sunaryo	Staf Pasar
4.	Usmanto	Staf Pasar
5.	Tukiman	Staf Pasar
6.	Budi Riyanto	Staf Pasar
7.	Warsito	Staf Pasar
8.	Budi Handhono	Staf Pasar

9.	Cipto Susilo	Staf Pasar
10.	Wartono	Staf Pasar
11.	Sofyan Yulianto	Staf Pasar
12.	Muzaeni	Staf Pasar
13.	Hanggoro Aji Wibowo	Staf Pasar
14.	Tevi Paniyarto	Staf Pasar

Sumber: Setiya Heru Pranowo. S.Sos pada Senin 17 Juli 2017

4. Sarana dan Prasarana Pasar Tradisional Muntilan

Sebagai salah satu tempat “perkumpulan”masa yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, terutama kebutuhan sandang dan pangan, maka sebuah pasar tidak dapat dilepaskan dari sarana dan prasarana yang ada di dalamnya. Sebab tanpa adanya sarana dan prasarana (setidak-tidaknya) yang mendukung, maka kegiatan dalam lingkungan pasar akan terganggu atau bahkan tidak akan dapat berlangsung. Hal ini berlaku pada setiap pasar, termasuk salah satunya adalah Pasar Tradisional Muntilan ini.

Sarana dan prasarana yang ada di Pasar Tradisional Muntilan yang terpapar bawah ini:

- a. Tempat berjualan:
 - 1) Total Kios berjumlah 249 dengan luas 4 M² /Kios
 - 2) Total Lesehan berjumlah 1.250 dengan luas 2 M² /Lesehan
 - 3) Total Los berjumlah 1.468 dengan luas 2 M² /Los
 - 4) Total Dasaran daging berjumlah 21 dengan luas 2 M² /Los
- b. Tempat Ibadah: terdapat satu mushola di dalam Pasar
- c. Reklame: Tidak Ada
- d. Parkir: Ada tapi belum memadai
- e. TPS: Ada
- f. MCK: 3 buah kamar mandi umuran 8 M³ (sumber air berasal dari PDAM yang mengelola UPTD

g. Terdapat Drainase

5. Jumlah dan Jenis Bisnis Pedagang Pasar Tradisional Muntilan

Dari data yang di peroleh peneliti jumlah di pasar Tradisional Muntilan sebagai berikut:

- a. Kios dengan jumlah 249
- b. Lesehan dengan jumlah 1.250
- c. Los dengan jumlah 1.468
- d. Dasaran Terbuka daging dengan jumlah 21

Yang terdiri dari berbagai macam jenis pedagang, seperti:

- 1) Pedagang Sayur Mayur
- 2) Pedagang Buah
- 3) Pedagang Kain
- 4) Pedagang Gerabah
- 5) Pedagang Daging
- 6) Pedagang Mie ayam & bakso
- 7) Pedagang Salon
- 8) Pedagang Pakaian
- 9) Pedagang dan Reparasi Jam tangan
- 10) Pedagang Peralatan pertanian
- 11) Pedagang Makanan ternak
- 12) Toko mainan
- 13) Toko Accecoris
- 14) Pedagang Ikan hias
- 15) Tukang cukur
- 16) Pedagang Bibit tanaman
- 17) Pedagang Peralatan masak
- 18) Pedagang Empon-empon
- 19) Warung Makan
- 20) Pedagang Sembako
- 21) Pedagang Tas, Sepatu dan Sandal

Dari total jumlah pedagang jenis usaha yang dijalankan di Pasar Tradisional Muntilan, penelitian ini akan mengambil 5 informan menggunakan cara *purposive sampling* dengan Kriteria:

- a. Pengelola Pasar: Kepala Pasar Tradisional Muntilan pada masa jabatan 2017/2018
- b. Pedagang Pasar: Pedagang telah berjualan di Pasar Tradisional Muntilan dengan jangka waktu minimal 15 tahun,
- c. Konsumen: Konsumen dengan minimal berbelanja 4 kali dalam sebulan dan juga merupakan konsumen di Pasar Modern.

Tabel 4.2

Data Informan Jenis Bisnis Pedagang di Pasar Tradisional Muntilan

No.	Nama Pedagang	Jenis Informan	Jenis Kelamin	Lama Usaha
1.	Informan A	Kepala Pasar	Laki-Laki	18 Tahun
2.	Informan B	Pakaian	Perempuan	20 Tahun
3.	Informan C	Sembako	Perempuan	22 Tahun
4.	Informan D	Mie Ayam	Perempuan	18 Tahun
5.	Informan E	Konsumen	Perempuan	-

Sumber: Wawancara

Berikut ini adalah Profi dari Informan Pasar Tradisional Muntilan:

1.) Informan A (Kepala Pasar)

Kepala Pasar yang menjabat pada tahun ini adalah bapak Budiman beliau berasal dari Adikarto, Magelang. Setiap tahunnya Kepala Pasar akan *rolling* dan mengalami perpindahan jabatan. Beliau telah menggeluti dunia pasar semenjak tahun 1999, dan telah bekerja selama 18 Tahun. Beliau membawahi Pasar Muntilan dengan dibantu oleh 14 staff pasar.

2.) Informan B (Pedagang Pakaian)

Pedagang paakaian dengan Nama Nurmawati adalah narasumber yang memulai bisnis dagang pakaiannya pada tahun 1997. Beliau berasal dari dusun Ngablak Magelang. Ia memilih berdagang pakaian di Pasar

Tradisional Muntilan ini pada awalnya karena menemani Suaminya yang pada kala itu masih menjadi sales pakaian, namun seiringnya waktu ketika suaminya meninggal dan beliau harus menghidupi anak-anaknya maka beliau memutuskan untuk membeli kios di pasar Muntilan. Ia memulai membuka toko pakaian ini dengan modal pinjaman dari kakak perempuannya yang saat itu berdagang pakaian juga. Bu Nur Berdagang pakaian di Pasar Muntilan adalah sebagai pendapatan utama untuk menghasilkan uang karena telah menjadi tulang punggung bagi keluarganya. Ia membuka tokonya mulai pada pukul 08.30 sampai dengan pukul 15.30.

3.) Informan C (Pedagang Sembako)

Narasumber C ini bernama Erni Maersaroh sebagai pedagang Sembako yang ada di Pasar Tradisional Muntilan sejak tahun 1995, itu berarti beliau telah bekerja sebagai pedagang sembako di Pasar Tradisional Muntilan ini selama 22 tahun. Ia berasal dari desa Mbaran, Sedayu, Muntilan beliau memilih berjualan sembako untuk menambah pendapatan untuk keluarganya. Bu Erni memulai berdagang sembako ini dengan modal dari tabungannya selama menjadi guru sebelum akhirnya memutuskan untuk berdagang. Ia membuka warung sembakonya dari pukul 13.00 sampai dengan 16.00.

4.) Informan D (Pedagang Mie Ayam)

Narasumber kali ini berjenis kelamin perempuan dengan Nama Rujati, Ia memulai berjualan di pasar Tradisional Muntilan ini semenjak tahun 1999. Ia berasal dari Kranggan, Temanggung. Ia memilih berjualan mie Ayam pada awalnya karena ikut kakaknya yang berjualan Mie Ayam di Semarang, lalu pada tahun 1999 ia mencoba mandiri dengan memulai menekuni berdagang mie ayam ini dengan pemilihan tempat di Pasar Muntilan karena Pasar Muntilan merupakan salah satu Pasar dengan pengunjung paling ramai di Kabupaten Magelang. Modal awal untuk berdagang, didapat ibu Ruji dari pinjaman modal dari bahan alat-alat masak, kursi, meja, dan gerobak berasal dari Produsen pembuat Bakmi di daerah Tambakan, Muntilan. Setelah Modal dapat terkumpul Ibu Ruji mengembalikan semua modal yang dipinjamkan oleh produsen bakmi tersebut. Ia berjualan dipasar setiap harinya mulai dari

pukul 09.00 sampai dengan pukul 15.30, namun ketika dagangan Mienya telah habis maka Ia akan menutup warungnya dan beranjak pulang.

5.) Informan E (Konsumen Pasar Tradisional)

Konsumen E ini bernama Mariyatul Kibtiyah. Ia adalah seorang ibu rumah tangga yang rumahnya tidak jauh dari pasar Tradisional Muntilan. Ibu Mariya merupakan konsumen yang terbiasa belanja dipasar sejak Ia masih kecil. Ia gemar berbelanja di pasar Tradisional Muntilan juga Pasar Modern HS. Karena inilah penulis memilih Ibu Mariya sebagai Narasumber E.

6. Permasalahan Pasar Tradisional Muntilan

Permasalahan yang dihadapkan pada pasar tradisional Muntilan antara lain sebagai berikut:

- a. Permasalahan sosial ekonomi pasar tradisional Muntilan mencakup:
 - 1) Persaingan yang ketat dengan pusat perbelanjaan modern. Pasar tradisional Muntilan mengalami persaingan ketat dengan sejumlah pusat perbelanjaan modern yang semakin menjamur seiring dengan pertumbuhan kecamatan Muntilan. Di wilayah Muntilan dan sekitarnya, setidaknya telah berdiri sejumlah pusat perbelanjaan modern seperti Indomaret, alfamart, laris, ruko dan swalayan disekitar. Keberadaan pusat perbelanjaan modern ini cenderung menyebabkan menurunnya omset penjualan pedagang pasar tradisional Muntilan.
 - 2) Pergeseran pola hidup masyarakat ke-arah selera dan tuntutan yang lebih modern yang umumnya disediakan oleh pusat perbelanjaan modern.
 - 3) Tuntutan konsumen terhadap kebutuhan keamanan dan ketertiban.
 - 4) Pemahaman masyarakat, konsumen, pada pedagang pasar terhadap tata tertib pasar dan aturan-aturan lainnya (parkir, sampah, wilayah belanja dan dagang) relatif masih rendah.
 - 5) Hubungan yang kurang harmonis antara pengelola pasar dengan pedagang.

b. Permasalahan Kondisi Sarana dan Prasarana Pasar Tradisional Muntilan

- 1) Drainase dalam pasar sebagian rusak dan sebagian pasar belum terpasang drainase sehingga pada waktu hujan banjir.
- 2) Jalan lorong DT 64 m² berlantai tanah sehingga becek.
- 3) Talang 54 m bocor.
- 4) Lampu penerangan lorong pasar rusak.
- 5) 12 Kios relokasi belum terpasang MCB sehingga pemakaian listrik tidak terkontrol.

7. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Tradisional Muntilan

a. Kekurangan Pasar Tradisional Muntilan

- 1) Penataan Pasar yang tidak teratur sehingga membuat pembeli mengalami kebingungan ketika akan berbelanja.
- 2) Keamanan kurang karena terdapat banyak pedagang yang sulit diatur.
- 3) Ketertiban mengenai aturan tata-tertib pasar kurang diperhatikan oleh pedagang pasar tradisional Muntilan.
- 4) Sarana Prasana belum memadai.

b. Kelebihan Pasar Tradisional Muntilan

- 1) Menyediakan segala kebutuhan primer dan Sekunder.
- 2) Lebih murah dibandingkan dengan pasar modern.
- 3) Bisa menawar barang sehingga didapatkan harga yang sesuai dengan keinginan pembeli.

8. Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Tradisional Muntilan

Etika Bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk, tetapi dibatasi oleh peraturan mengenai halal dan haram, serta harus berpegang teguh kepada ketentuan syariah dan standar akhlaq Islam. Dalam penelitian ini penulis mengambil 5 informan dari pasar tradisional Muntilan. Berikut ini adalah penjelasan tentang hasil analisis cara berdagang pedagang Pasar Muntilan disesuaikan dengan teori implementasi etika bisnis Islam menurut Beekun:

a. Kesaatuan (Tauhid)

Pada konsep ini seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak Allah SWT.

Namun, di lain pihak konsep ini juga sangat memperhatikan eksistensi manusia sebagai makhluk hidup dan bersama-sama dengan manusia lain menjadi satu kesatuan yang diikat dengan ketaatan kepada satu yaitu Allah SWT.

Wujud dari ketaatan kepada Allah SWT yang dilakukan oleh pedagang dari 5 informan yang meliputi pakaian, pedagang sembako dan pedagang mie ayam yaitu dengan melaksanakan salat tepat waktu dan mengeluarkan uang untuk bersedekah kepada orang peminta-minta. Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh salah satu informan C yaitu pedagang sembako bentuk ketaatan kepada Allah SWT dengan melaksanakan shalat tepat waktu dan bersedekah. Beliau meyakini dengan mengeluarkan uang untuk bersedekah maka rizki yang beliau dapat akan bertambah.

Setiap hari jumatnya bagi pedagang laki-laki yang beragama Islam maka menutup toko ataupun kiosnya pada jam 11.30 untuk melaksanakan sholat jumat. Namun ada juga pedagang yang masih lalai dalam menjalankan shalat tepat waktu. Seperti yang dilakukan oleh informan D yang ketika ada pembeli namun sudah masuk waktu shalat maka tetap melakukan jual beli terlebih dahulu dan mengesampingkan sholatnya.

Menurut peneliti sikap yang dilakukan oleh informan D kurang tepat, seharusnya informan D lebih mendahulukan menjalankan shalat dibandingkan melayani pembeli. Perilaku yang dilakukan oleh Informan D tersebut terbilang lalai dalam menjalankan shalat meskipun nantinya tetap menjalankan sholatnya.

b. Keseimbangan (Adil)

Sikap atau perilaku keseimbangan atau keadilan telah dilakukan oleh 5 informan, perilaku adil yang diwujudkan pedagang dengan dalam melayani satu pembeli dengan pembeli yang lainnya tanpa membeda-bedakan, namun menurut informan E masih sering dijumpai pedagang yang tidak adil dalam menakar atau menimbang. Islam mengajarkan dalam menimbang atau menakar harus berlandaskan dengan kejujuran, begitu juga dengan hal transparansi kualitas barang. Namun takaran atau ukuran setiap pedagang itu

berbeda, seperti halnya yang dilakukan oleh informan B yaitu pedagang pakaian, apabila terdapat banyak pembeli maka pembeli pertama yang diprioritaskan. Selain itu menurut informan B keadilan itu diartikan ketika terdapat tawar menawar barang dan telah disepakati oleh kedua belah pihak jika terdapat penawaran dengan harga yang lebih tinggi oleh pembeli selanjutnya, maka barang tetap diberikan kepada pembeli pertama.

Perilaku keseimbangan juga dilakukan oleh para pedagang berupa tidak menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan kepada calon pembeli, dan ketika terdapat kekurangan pada barang maka akan diberikan pilihan seperti halnya harga menjadi lebih rendah ataupun diganti dengan barang baru sesuai dengan kesepakatan. Keempat informan memberitahu tentang spesifikasi dari barang yang akan dijual kepada pembeli agar pembeli tidak merasa kecewa dengan pilihan barang yang dibeli.

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

Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan kelima informan dengan memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya serta tidak memberikan harga dibawah harga standar untuk menarik pembeli. Sebagaimana yang dilakukan oleh informan D yakni pedagang Mie Ayam, beliau memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya dan dalam menetapkan harga sesuai dengan harga di pasaran. Seperti yang dikatakan beliau “jika teman saya menjual mie ayam Rp. 10.000/mangkok, maka saya akan mengikuti harga tersebut”. Beliau percaya bahwa rejeki yang akan mereka dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT tanpa harus merugikan pedagang lain. Untuk informan pedagang sayuran, beliau pernah menjual harga lebih rendah karena waktu sudah sore dan barang dagangannya cepat busuk. Maka beliau menawarkan harga yang lebih rendah, agar cepat habis.

Selain contoh diatas, prinsip kehendak bebas diartikan sebagai tidak memaksa pembeli. Kelima dari informan pedagang memberi kebebasan kepada pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera dan memberikan informasi yang cukup mengenai harga dan kondisi barang. Seperti yang dilakukan oleh informan C pedagang sembako, beliau

memberikan informasi tentang harga beras yang dijual dan memberi tahu kualitas beras. Beliau memberikan hak kepada pembeli dan menghormati setiap keputusan pembeli, jika pembeli tidak mau membeli padahal beliau sudah mempromosikannya.

d. Prinsip Amanah / Tanggung Jawab

Prinsip pertanggungjawaban yang dilakukan oleh 5 informan adalah dalam hal pemenuhan janji dengan pembeli. Dalam hal pemenuhan janji para informan memastikan kepada pembeli jumlah barang yang dipesan dan waktu perjanjian. Sebagaimana yang dikatakan informan D pedagang mie ayam “ketika ada pesanan saya berusaha untuk memenuhi sesuai kesepakatan dan saya tidak mengurangi bumbu.”

Dalam pemenuhan dari 5 informan ada yang tidak menepati janji. Adapun ketidaktepatan janji yang dilakukan oleh informan B pedagang pakaian berupa ketidaktepatan waktu yang dijanjikan kepada konsumen karena stok barang dagangannya abis. Selain itu, bentuk perilaku tanggung jawab juga diwujudkan dengan tanggung jawab atas kualitas barang yang dijual. Seperti yang dikatakan oleh informan B pedagang pakaian” jika ada barang dagangan saya, yang di beli oleh pembeli ada cacat, maka saya akan memberikan pilihan kepada konsumen mau diganti dengan yang baru ataupun harga dipotong sesuai kerugian.” Namun menurut informan E, tidak semua pedagang menjamin barang dagangannya.

e. Prinsip Ihsan

Prinsip ihsan dilaksanakan dengan kemurahan hati yaitu dengan memberikan tenggang waktu pembayaran jika pembeli belum dapat membayar kekurangan. Sebagaimana yang dilakukan informan C pedagang sembako, beliau memberi tangguhan waktu apabila pembeli tidak dapat membayar secara tunai. Beliau percaya kepada pembeli bahwa pembeli akan membayarnya. Tetapi beliau dalam memberikan tangguhan memilih orang yang beliau percaya dan melihat karakter pembeli seperti pembeli yang sudah menjadi langganan beliau.

Prinsip ihsan dilaksanakan dengan motif pelayanan yang diaplikasikan dalam bentuk memberikan bonus kepada pembeli. Seperti yang dilakukan informan B pedagang pakaian, beliau memberikan bonus tambahan barang ketika pembeli membeli barang yang beliau jual dengan jumlah banyak. Motif beliau memberikan bonus hanya untuk sebagai ungkapan terima kasih dan semata-mata untuk memberi manfaat. Lain hal yang dilakukan informan D pedagang mie ayam, beliau memberikan diskon harga ketika pembeli membeli dalam jumlah banyak. Motif beliau juga sama dengan informan B pedagang pakaian, beliau memberikan bonus cuma-cuma sebagai ungkapan terima kasih kepada pembeli karena telah membeli dengan jumlah yang banyak.

B. Pasar Modern Hasi Suwarno

1. Gambaran Umum Pasar Modern HS

Pasar Modern, atau biasa disebut dengan Swalayan ini berdiri sebagai wujud kemandirian perekonomian rakyat, salah satunya adalah pasar modern Hadi Suwarno yang berdiri di Jalan Utama lintas Magelang-Yogyakarta dan sudah mempunyai satu cabang yang berada di Jalan Kyai Raden Santri Karangwatu. Berdirinya Pasar Modern HS ini didirikan oleh seorang pengusaha bernama Bapak Hadi dengan latar belakang seorang pengusaha dibidang Industri Kain yang beralih haluan ke bisnis perdagangan barang kebutuhan pokok dengan alasan tuntutan dari anak, dengan kata lain Pasar Modern HS ini berdiri dengan latar belakang kasih sayang orang tua terhadap anak dan memang dirasa prospek tanpa ada perencanaan jauh-jauh hari. Pasar Modern HS ini berdiri pada tanggal 26 April 2014 dengan luas 1.200 m² tentunya setelah mendapat perijinan pendirian pasar modern. Pasar Modern HS ini memiliki 45 karyawan dengan ketentuan kriteria standar yang telah ditentukan. Seiring perkembangan perekonomian dan melihat peluang yang lebih besar serta dengan meminta petunjuk dengan shalat istikhara, puasa juga ikhtiar maka berdirilah HS cabang pada tanggal 26 Mei 2015 dengan menyewa tempat yang berada di Jalan Kyai Raden Santri nomer 3 dengan luas 900 m² dan terdapat 18 karyawan. Pasar Modern HS merupakan satu-satunya swalayan syariah yang berada di Kabupaten Magelang.

2. Visi dan Misi Pasar Modern HS

a. Visi Pasar Modern HS

“Pasar Modern HS memiliki Visi Semangat Islami, ramah dan Siap melayani”.

b. Misi Pasar Modern HS

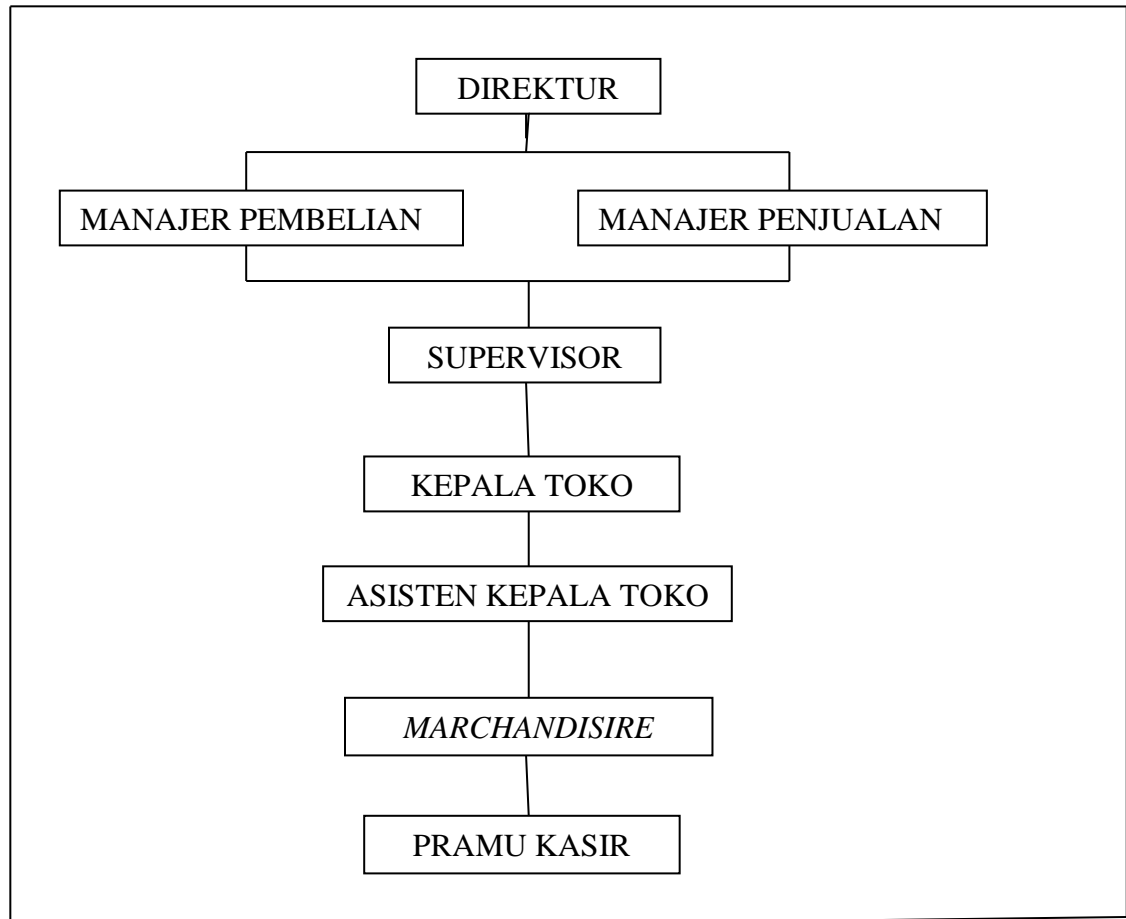
“Menyediakan kebutuhan Masyarakat yang komplit dan Serba ada”.

3. Keanggotaan

Jumlah Karyawan di Toko HS ini adalah 73 karyawan dengan 45 karyawan di HS pusat dan 18 Karyawan di HS cabang.

4. Struktur Organisasi

Bagan 4.1
Struktur Organisasi Pasar Modern HS



Sumber: hasil wawancara oleh bapak Rizky Fauzi pada senin 4 September 2017

Berikut adalah nama-nama Struktur Organisasi Pasar Modern Hadi Suwarno dengan masa kepengurusan pada tahun 2017 yang baru: (Fauzi, 2017)

Direktur: Bapak Jono

Tugas Direktur diantaranya adalah:

- a. Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan
- b. Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (manager)
- c. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan

Manager: Rizky Fauzi

Tugas Manajer

- 1) Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan *marketing plan*
- 2) Bertanggung jawab terhadap hasil penjualan produk
- 3) Membina dan membimbing *sales team*
- 4) Membuat *sales plan* dan *sales report*

Supervisor: Aris Suherman

Tugas Supervisor

- 1) Menentukan segala apa yang harus dicapai atau dimaksimalkan
- 2) Memimpin segala aktivitas dan segala sesuatunya untuk menyelenggarakan pencapaiannya

Kepala Toko: Kukuh Galuh

Tugas Kepala Toko

- 1) Membantu dan mengkoordinasikan kedatangan barang hingga barang di *display*
- 2) Melakukan pengecekan seluruh peralatan toko
- 3) Melakukan training lapangan untuk semua staf yang baru

Asisten Kepala Toko: Renata Subekti

Tugas Asisten Kepala Toko:

- 1) Membantu kepala toko dalam menjalankan tugasnya
- 2) Menggantikan kepala toko apabila sedang tidak berkenan hadir
- 3) Membantu melakukan pengecekan seluruh peralatan toko
- 4) Ikut bertanggung jawab atas kedatangan barang hingga barang *display*

Marchandisire Display: Septia Rini

MD atau *Marchandisire Display* adalah salah satu bagian dari tim promosi

Tugas *Marchandisire*:

- 1) Memajang produk di etalase toko dengan baik
- 2) Memasang alat promosi toko
- 3) Menjaga kebersihan alat yang dipajang di toko
- 4) Menjalankan tugas kunjungan ke toko sesuai dengan rencana kerja
- 5) Memberikan informasi tentang produk terbaru

Pramu Kasir

Tugas Pramu Kasir:

- 1) Menginput semua jenis barang yang masuk dan keluar toko
- 2) Bertanggung jawab atas pencatatan dan pembayaran barang yang terjual
- 3) Bertanggung jawab atas berlansungnya transaksi jual-beli

5. Sarana dan Prasarana Pasar Modern Hadi Suwarno

Sebagai salah satu tempat perbelanjaan dan memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, terutama kebutuhan sandang dan pangan, maka sebuah pasar tidak dapat dilepaskan dari sarana dan prasarana yang ada di dalamnya. Sebab tanpa adanya sarana dan prasarana (setidak-tidaknya) yang mendukung, maka kegiatan dalam lingkungan pasar akan terganggu atau bahkan tidak akan dapat berlangsung. Hal ini berlaku pada setiap pasar, termasuk salah satunya adalah Pasar Modern HS ini.

Sarana dan prasarana yang ada di Pasar Modern HS:

- 1) Tempat berjualan:
 - i. HS 1 dengan luas : 1200 M²
 - ii. HS 2 dengan luas : 900 M²
- 2) Tempat Ibadah : terdapat satu mushola di dalam Pasar Modern HS
- 3) Reklame: Ada
- 4) Parkir dengan luas 300 M²
- 5) Daya listrik : 13.000 Watt
- 6) MCK: 2 buah kamar mandi umuran 8 M³
- 7) Terdapat Drainase

6. Jumlah dan Jenis Bisnis Pedagang Pasar Modern Hadi Suwarno

Dari data yang di peroleh peneliti jumlah barang di pasar Modern HS terdapat lebih dari 20.000 item yang didalamnya terdapat berbagai jenis kebutuhan primer dan sekunder meliputi barang *Non Food* dan *Food*.

Peneliti akan mengambil 5 informan menggunakan cara *purposive sampling* dengan Kriteria:

- a. Owner Pasar Modern Hadi Suwarno
- b. Direktur Pasar Modern Hadi Suwarno

- c. Kepala Pasar Modern Hadi Suwarno
- d. Karyawan Pasar Modern Hadi Suwarno: Karyawan yang telah bekerja di Pasar Modern Hadi Suwarno selama 3 tahun
- e. Konsumen: Konsumen dengan minimal pembelanjaan 6 kali di pasar modern HS dalam satu tahun

Tabel 4.3

Data Informan di Pasar Modern HS

No.	Nama Pedagang	Jenis Informan	Jenis Kelamin	Lama Usaha
1.	Informan A	Owner Pasar	Laki-Laki	53 Tahun
2.	Informan B	Manajer Pasar	Laki-Laki	30 Tahun
3.	Informan C	Kepala Toko	Laki-Laki	26 Tahun
4.	Informan D	Pramu Kasir	Perempuan	23 Tahun
5.	Informan E	Konsumen	Perempuan	28 Tahun

Sumber: Wawancara

Berikut ini adalah Profi dari Informan Pasar Modern HS:

1) Informan A (Owner Pasar)

Bp Jono merupakan *owner* (Direktur) Pasar Modern sekaligus sebagai *founder* berdirinya Pasar Modern HS, beliau bertempat tinggal di Karaharjan, Pucungrejo Muntilan Magelang. Ia mempunyai 3 anak dengan latar belakang sebagai pengusaha Industri.

2) Informan B (Manager Pasar)

Manajer Pasar Modern HS ini adalah Rizky Fauzi yang lahir pada tanggal 26 April 1987. Ia merupakan anak pertama dari bapak Jono yang merupakan Founder pasar modern HS, saat ini bapak fauzi sedang menempuh pendidikan strata 3 di salah satu kampus di Yogyakarta, beliau merangkap sebagai manajer penjualan sekaligus manajer pembelian barang.

3) Informan C (Kepala Toko)

Kepala toko HS ini bernama Kukuh Galuh. Ia merupakan kepala toko HS 1 yang merangkap mengepalai HS cabang. Ia telah bekerja selama 2,5 tahun di HS.

4) Informan D (Pramu Kasir)

Pramu kasir diambil sebagai informan karena Ia telah bekerja di pasar modern Hadi Suwarno selama 3 tahun. Ia bernama Nafidya. Nafidya merupakan wanita lulusan SMK jurusan Akuntansi

5) Informan E (Konsumen Pasar Modern)

Konsumen E ini bernama Mariyatul Kibtiyah. Ia adalah seorang ibu rumah tangga yang rumahnya tidak jauh dari pasar Tradisional Muntilan. Ibu Mariya merupakan konsumen yang terbiasa belanja dipasar Tradisional Muntilan juga Pasar Modern HS. Karena inilah penulis memilih Ibu Mariya sebagai Narasumber E.

7. Permasalahan Pasar Modern Hadi Suwarno

Permasalahan yang dihadapi pada pasar Modern Hadi Suwarno antara lain sebagai berikut:

a. Permasalahan sosial ekonomi pasar Modern Hadi Suwarno mencakup:

- 1) Persaingan yang ketat dengan pusat perbelanjaan modern lainnya. Pasar Modern Hadi Suwarno mengalami persaingan ketat dengan sejumlah pusat perbelanjaan modern yang semakin menjamur seiring dengan pertumbuhan kecamatan Muntilan. Di wilayah Muntilan dan sekitarnya, setidaknya telah berdiri sejumlah pusat perbelanjaan modern seperti Indomaret, alfamart, laris, ruko dan swalayan disekitar. Keberadaan pusat perbelanjaan modern ini cenderung menyebabkan menurunnya omset penjualan pedagang pasar Modern Hadi Suwarno.
- 2) Pergeseran pola hidup masyarakat ke-arah selera dan tuntutan yang lebih kritis.
- 3) Tuntutan konsumen terhadap kebutuhan keamanan dan ketertiban.

b. Permasalahan Kondisi Sarana dan Prasarana Pasar Tradisional Muntilan

- 1) Mushola di dalam pasar modern HS 2 kurang strategis sehingga mempersulit konsumen yang ingin beribadah

- 2) Terdapat sedikit kebocoran yang sedang direnovasi yang berada dilantai 2
- 3) Lampu penerangan di bagian kamar mandi rusak.

8. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Modern Hadi Suwarno

- a. Kekurangan Pasar Modern Hadi Suwarno
 - 1) Sarana dan Prasarana masih ada yang belum diperbaiki
 - 2) Harga diatas pasar tradisional
- b. Kelebihan Pasar Modern Hadi Suwarno
 - 1) Lebih Tertata rapih segala jenis barangnya
 - 2) Mengutamakan kenyamanan bagi pembeli
 - 3) Sudah terjamin kehalal-an barang-barang yang ada
 - 4) Keamanan terjamin

9. Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Pasar Modern Hadi Suwarno

Etika Bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk, tetapi dibatasi oleh peraturan mengenai halal dan haram, serta harus berpegang teguh kepada ketentuan syariah dan standar akhlaq Islam. Dalam penelitian ini penulis mengambil 5 informan dari pasar Modern Hadi Suwarno. Berikut ini adalah penjelasan tentang hasil analisis pedagang pasar modern Hadi Suwarno mengenai implementasi etika bisnis Islam menurut Beekun:

a. Kesaatuan (Tauhid)

Pada konsep ini seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak Allah SWT. Namun, di lain pihak konsep ini juga sangat memperhatikan eksistensi manusia sebagai makhluk hidup dan bersama-sama dengan manusia lain menjadi satu kesatuan yang diikat dengan ketaatan kepada satu yaitu Allah SWT.

Wujud dari ketaatan kepada Allah SWT yang dilakukan oleh pihak pasar Modern Hadi Suwarno adalah dengan melaksanakan shalat tepat waktu bagi karyawannya dan mengeluarkan sedekah setiap hari jumat berupa makanan ringan yang berjumlah 200 item di masjid terdekat yang dilakukan pada 2 tahun pertama, tahun ke 3 sampai saat ini pasar

modern Hadi Suwarno memberikan 60 nasi box beserta minumannya ke pembangunan masjid Taruna Muhammadiyah, mereka meyakini dengan mengeluarkan sedekah maka rizki yang beliau dapat akan bertambah. Setiap hari jumatnya bagi karyawan laki-laki diwajibkan untuk melaksanakan sholat jumat.

b. Keseimbangan (Adil)

Sikap atau perilaku keseimbangan atau keadilan telah dilakukan oleh 5 informan, perilaku adil yang diwujudkan owner, manager juga kepala toko adalah adil dalam melayani satu pembeli dengan pembeli yang lainnya tanpa membeda-bedakan. Dalam menimbang atau menakar harus berlandaskan dengan kejujuran, begitu juga dengan hal transparansi kualitas barang. Selain itu adil berarti apabila terdapat banyak pembeli maka pembeli pertama yang diprioritaskan. Selain itu menurut informan B keadilan itu diartikan tidak membeda-bedakan latar belakang karyawannya antara satu dengan yang lainnya.

Perilaku keseimbangan juga diterapkan oleh pasar modern Hadi Suwarno seperti halnya tidak menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan kepada calon pembeli, mereka memberitahu tentang spesifikasi dari barang yang akan dijual kepada pembeli agar pembeli tidak merasa kecewa dengan pilihan barang yang dibeli.

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

Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan dengan memberikan kebebasan swalayan lain untuk menjual barang dengan bonus yang beragam untuk menarik pembeli. Beliau percaya bahwa rejeki yang akan mereka dapatkan sudah diatur oleh Allah SWT tanpa harus merugikan pasar modern lainnya. Selain itu, kehendak bebas ditunjukkan dengan pemberian kebebasan kepada konsumen jika ingin memberi kritik dan saran, terdapat sarana berupa kotak saran untuk menyampaikan kritik dan sarannya yang berada di depan kasir.

Selain contoh diatas, prinsip kehendak bebas diartikan sebagai tidak melakukan pemaksaan kepada pembeli. Kelima dari informan

pedagang memberi penjelasan bahwasannya kebebasan yang diberikan kepada pembeli untuk mendapatkan barang sesuai dengan selera dan memberikan informasi yang cukup mengenai harga dan kondisi barang, jika terdapat cacat barang ketika sudah dibelipun, pihak pasar Modern Hadi Suwarno akan memberikan jaminan jika memang benar terdapat kesalahan dari pihak pasar modern. Seperti yang dilakukan oleh informan D sebagai karyawan, Ia memberikan informasi tentang setiap barang yang ditanyakan oleh pembeli dan memberi tahu kualitas setiap barang yang ditanyakan. Ia memberikan hak kepada pembeli dan menghormati setiap keputusan pembeli, jika pembeli tidak mau membeli padahal Ia sudah mempromosikannya.

d. Prinsip Amanah / Tanggung Jawab

Prinsip pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pihak pasar Modern Hadi Suwarno adalah dalam hal kerusakan barang ataupun kepuasan konsumen. Hal ini diwujudkan dengan pergantian barang baru ketika terdapat cacat ataupun pengembalian uang ketika barang ternyata sudah tidak layak untuk dikonsumsi, seperti halnya yang dikatakan oleh informan 1 bahwasannya pernah terdapat pembeli yang *complain* ketika barang yang dibelinya dalam kondisi yang buruk padahal tanggal *expired*-nya masih dalam jangka waktu yang lama, selain itu bentuk pertanggung jawaban lainnya adalah pemenuhan janji dengan pembeli, ketika terdapat pembeli yang menghendaki pembelian dalam jumlah yang besar padahal sewaktu itu barang hanya tersedia beberapa saja maka dilakukan perjanjian dengan konsumen. Dalam hal pemenuhan janji para informan memastikan kepada pembeli jumlah barang yang dipesan dan waktu perjanjian, namun menurut ke5 informan, tidak setiap konsumen menepati janjinya.

Bentuk perilaku tanggung jawab juga diwujudkan dengan tanggung jawab atas kualitas barang yang dijual. Seperti yang dikatakan oleh informan C sebagai kepala toko” jika terdapat cacat pada barang yang di beli oleh pembeli, maka saya akan memberikan

pilihan kepada konsumen mau diganti dengan yang baru ataupun harga dipotong sesuai kerugian.”

e. Prinsip Ihsan

Prinsip ihsan dilaksanakan dengan kemurahan hati yaitu dengan memberikan bonus ketika terdapat pembelian dengan jumlah banyak dan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. selain itu kemurahan hati akan diberikan kepada karyawan pasar Modern Hadi Suwarno, seperti halnya yang dikatakan oleh informan 1 bahwasannya “kami akan memberangkatkan umroh bagi karyawan yang sudah memenuhi kriteria dan dirasa pantas bagi kami”.

C. Komparasi Implementasi Etika Bisnis Islam antara Pasar Tradisional Muntilan dengan Etika Bisnis Islam pada Pasar Modern HS

Menurut hasil wawancara dari ke-5 informan pada hari senin tanggal 15 agustus 2017 di pasar tradisional Muntilan yaitu Bapak Budiman selaku kepala pasar tradisional Muntilan dan tiga pedagang pasar Muntilan ditambah satu konsumen pasar Muntilan juga ke-5 informan dari Pasar Modern HS meliputi Bapak Jono selaku Owner pasar modern HS dan Rizki fauzi sebagai manajernya, serta kedua karyawannya, dapat disimpulkan hasil komparasi implementasi etika bisnis Islam antara pedagang di Pasar Tradisional Muntilan dengan Pasar Modern Hadi Suwarno. Berikut persamaan dan perbedaan antara pedagang Pasar Tradisional Muntilan dengan Pasar Modern Hadi Suwarno:

Tabel 4.4
Persamaan dan Perbedaan Etika Bisnis Islam Pasar Tradisional Muntilan dengan Pasar Modern Hadi Suwarno.

No	Prinsip	Pasar Tradisional Muntilan	Pasar Modern Hadi Suwarno
1.	Kesatuan (Tauhid)	a. Niat utama para pedagang untuk mencari nafkah juga rizki halal yang di ridhai Allah SWT. b. Barang dan jasa tidak dijamin kehalalannya, produk halal, seperti	a. Niat utama adalah untuk mencari rizki halal yang di ridhai Allah SWT. b. Barang dan jasa berupa produk halal. c. Memiliki kegiatan sosial rutin dilakukan

		<p>makanan yang tidak terdapat pengesahan dari Majelis Ulama Indonesia.</p> <p>c. Tidak memiliki kegiatan sosial rutin dilakukan seperti pengajian, yasinan, membagi parcel.</p> <p>d. Sebagian besar pedagang tidak konsistensi terhadap ibadah lebih penting daripada berjualan meskipun mereka percaya bahwa rezeki ditangan Allah SWT.</p> <p>e. Terdapat penawaran barang sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli</p>	<p>seperti kunjungan ke panti asuhan, gotong royong, juga diadakan pengajian rutin setiap sebulan sekali.</p> <p>d. Konsistensi ibadah selalu tertib karena sudah terjadwalkan dengan baik</p> <p>e. Tidak terjadi proses tawar menawar antara penjual dan pembeli</p>
2.	Keseimbangan (Adil)	<p>a. Keadilan terhadap konsumen dengan tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya.</p> <p>b. Tidak semua pedagang adil dalam hal takaran atau timbangan, masih terdapat beberapa pedagang yang sering melakukan kecurangan pada timbangan</p> <p>c. Persentase keuntungan tidak menentu Karena terdapat proses tawar-menawar</p> <p>d. Terdapat perjanjian awal ketika didapat barang yang cacat.</p>	<p>a. Keadilan terhadap konsumen dengan tidak membedakan pembeli satu dengan yang lainnya.</p> <p>b. Tidak terdapat kecurangan dalam hal takaran atau timbangan.</p> <p>c. Persentase keuntungan menentu Karena tidak terdapat proses tawar-menawar</p> <p>d. Terdapat penjaminan barang ketika didapat barang yang cacat.</p>
3.	Kehendak Bebas (ikhtiar/ <i>free will</i>)	<p>a. Kebebasan dalam memberikan harga sesame penjual namun masih dalam standarnya</p> <p>b. Strategi penjualan</p>	<p>a. Harga sudah ditentukan menurut standart rata-rata harga barang pasar modern</p> <p>b. Tidak ada Strategi penjualan yang</p>

		<p>setiap pedagang berbeda, namun masih ada yang melakukan kecurangan</p> <p>c. Pedagang pasar tradisional terkadang menjual barang dengan harga dibawah harga pasar karena alasan tertentu yang mendesak.</p>	<p>memungkinkan untuk melakukan kecurangan</p> <p>c. Pasar Modern HS menjual barang sesuai dengan harga pasar.</p>
4.	Amanah/ Tanggung Jawab	<p>a. Sebagian pedagang tidak menjamin barang dagangannya</p> <p>b. Jika terjadi <i>complain</i> dari pembeli maka pedagang akan mengingatkan perjanjian awal.</p> <p>c. Jika terdapat barang yang rusak karena pembeli saat itu juga maka pembeli berhak mengganti rugi atas kerusakan barang</p>	<p>a. Pembeli mendapat jaminan atas kualitas barang yang dibeli.</p> <p>b. Jika terjadi <i>complain</i> dari pembeli maka pihak dari Pasar Modern HS akan menerima dan bertanggung jawab</p> <p>c. Jika terdapat barang yang rusak karena pembeli saat itu juga maka pembeli berhak mengganti rugi atas kerusakan barang</p>
5.	Ihsan	<p>a. Terdapat tenggang waktu dalam pembayaran kepada pembeli yang dipercaya</p> <p>b. Terdapat transparansi barang jika dikehendaki oleh pembeli</p> <p>c. Terdapat bonus dalam pembelian dengan jumlah banyak</p>	<p>a. Terdapat tenggang waktu dalam pembayaran kepada pembeli yang dipercaya</p> <p>b. Terdapat transparansi barang jika dikehendaki oleh pembeli</p> <p>a. Terdapat bonus dalam pembelian dengan jumlah banyak</p>

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penyusunan dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penyusunan komparasi implementasi etika bisnis islam antara pasar tradisional Muntilan dan pasar modern Hadi Suwarno adalah cara berdagang pada pedagang pasar tradisional Muntilan sesuai etika bisnis Islam, namun terdapat beberapa pedagang yang mengerti aturan etika bisnis islam namun belum menerapkannya, diantara permasalahannya terletak pada prinsip Ketauhidan, yakni pedagang pasar tradisional masih menjual barang yang tidak terdapat pengesahan dari Majelis Ulama Indonesia, selanjutnya pada prinsip Keseimbangan (Adil), yakni tidak semua pedagang adil dalam hal takaran atau timbangan, masih terdapat beberapa pedagang yang sering melakukan kecurangan pada timbangan, dan yang ke tiga terletak pada kehendak Bebas (*ikhtiar/ free will*) yang mana pedagang pasar tradisional terkadang menjual barang dengan harga dibawah harga pasar. Cara berdagang pada pedagang Pasar Modern HS telah sesuai dengan etika Bisnis Islam, terbukti dengan kesesuaian dengan teori etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, amanah dan ihsan.

Praktik Etika Bisnis Islam pada Pasar Tradisional Muntilan dan Pasar Modern Hadi Suwarno memiliki persamaan sebagai berikut :

- a. Mempunyai niat berdagang untuk mencari rizky yang diridhai oleh Allah SWT.
- b. Keadilan terhadap konsumen dengan tidak membeda-bedakan pembeli satu dengan yang lainnya.
- c. Pembeli mendapatkan jaminan atas barang yang dibeli.
- d. Bertanggung jawab atas *complain* dari pembeli.

- e. Saling mempercayai antara penjual dan pembeli dalam hal pembayaran.

Dan perbedaannya adalah sebagai berikut :

- a. Masih terdapat pedagang yang melalaikan waktu sholat pada pasar tradisional.
- b. Terdapat proses tawar menawar pada pasar tradisional.
- c. Masih terdapat kecurangan pada pasar tradisional dalam hal timbangan dan penakaran.

B. Saran

1. Pihak Pasar Tradisional Muntilan

Para pedagang pada pasar tradisional hendaknya untuk lebih menerapkan etika bisnis islam dan memperhatikan poin-poin yang ada didalam etika bisnis Islam, selain itu seharusnya ada petugas yang mengawasi setiap harinya, agar menghindari kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh pedagang pasar.

2. Pihak Pasar Modern Hadi Suwarno

Pasar Modern Hadi Suwarno agar tetap menjaga dan menerapkan serta meningkatkan kualitas etika Bisnis Islam.

3. Etika Bisnis Islam adalah acuan yang baik dan benar untuk diterapkan di Pasar Tradisional maupun di Pasar Modern Hadi Suwarno.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. (2012). Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok. *JURNAL BISNIS ISLAM* , 1-6.
- Amalia, F. (2012). IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PADA PEDAGANG DI BAZAR MADINAH DEPOK. *JURNAL BISNIS ISLAM* , 1-6.
- Arifin, & Johan. (2009). *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press.
- Azka, D. B., Suprihatin, T., & Abdul, Z. M. (2016). Analisis Etika Bisnis Menurut Al-Ghazali terhadap Pedagang Beras di Pasar Leuwi Panjang. *Jurnal proseding dan perbankan syariah* , Volume 2 No. 1.
- Badroen, F. (2007). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Badroen, MBA, D., Mufraeni, M., Suhendra, & Bashori, A. D. (2007). *ETIKA BISNIS DALAM ISLAM*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bekun, R. I. (2004). *Islamic Business Ethic*. Jakarta: The International Institute of Islamic Thought.
- Bertens, K. (2000). *Pengantar etika bisnis*. Yogyakarta: kanisius.
- Budiman. (2017, Agustus Kamis). (kiki, Interviewer)
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya* . Jakarta: Kencana.
- Fachr, M. (1996). *Etika dalam Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fauzan, & Ida, N. (2014). Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Bebek Haji Slamet Kota Malang . *MODERENISASI* , 38-55.

Firmansyah, A. (2015). *Analisis Strategi Marketing Mix pada Manajemen Pemasaran Supermarket Tip Top dari Prespektif Etika Bisnis Islam (Study Kasus Pada Supermarket Tip Top Rawamangun)*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Ghufron A, M. (2002). *Fiqh Muamalah Konstektual*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Hidayatulloh, H. (2012). Etika Bisnis Dalam Prespektif Al-Qur'an: Upaya Membangun Bisnis Yang Islami Untuk Menghadapi Tantangan Bisnis di Masa depan. *Jurnal Bisnis islami* , 1-17.

Jono. (2017, Agustus jumat). (kiki, Interviewer)

Kasmir. (2007). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

KBBI. (n.d.). *KBBI*. Retrieved Desember 19, 2016, from www.kbbi.web.id: <http://kbbi.web.id/bisnis>

kbbi.web.id/etika. (n.d.). Retrieved Desember 8, 2016, from kbbi.web.id: kbbi.web.id/etika

Ligaya, S. (2015). *Etika Bisnis Mahasiswa (Study Kasus pada Mahaiswa Prodi Ekonomi Islam Angkatan 2011 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)*. Semarang: UIN Safitri Ligaya, 2015, Etika Bisnis Mahasiswa (Study Kasus pada MahaisUIN Walisongo Semarang.

*Metode Penelitian*2003JakartaGhalia Indonesia

Muhamad. (2013). Kesatuan Bisnis dan Etika dalam AL quran: Upaya Membangun Kerangka Bisnis Syariah. *jurnal Tsaqafah* , 40-56.

Mujahidin, A. (2005). Analisis terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar. *Etika Bisnis dalam Islam* , 121.

Muslich. (2010). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.

- Mustaq, A. (2008). *Etika Bisnis Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Naqvi, S. N. (1993). Etika dan Ilmu Ekonomi suatu sintesis Islami.
- Nur, S. A., & Mawardi, I. (2014). Pemahaman Etika Berdagang pada Pedagang Muslim Pasar Wonokromo Surabaya (Study Kasus Pedagang Buah). *jurnal JESTT*, , Vol.1 No.4
- Pranowo, S. H. (2017, JULI SENIN). (saya, Interviewer)
- RI, P. P. (2015). Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko Modern. *Penataan dan Pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko Modern*.
- Rivai, V. (2012). *Islamic Business and economic ethics*. jakarta: Pt Bumi Aksara.
- Sri, N. (2010). etika bisnis dalam prespektif islam. *Fokus Ekonomi* , 50-58.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (1997). *Studi Kelayakan Bisnis Edisi 3: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komprehensif*. Jakarta: Kompas Gramedia .
- Veithzal, R., Amiur, N., & Faisar, A. (2012). *Islamic Business and economic ethics*. jakarta: Pt Bumi Aksara.

LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Wawancara Pasar Tradisionl Muntilan dan Pasar Modern Haji
Suwarno

Pedagang Pasar Tradisional

Hasil Wawancara 1

Informan : Bapak Budiman

Jabatan : Kepala Pasar

Asal : Adikaro, Tamanagung

1. Sejak kapan Anda menjabat sebagai Kepala Pasar Muntilan ini Pak?
Ya tahun ini mba, karena diadakan rolling stiap tahunnya.
2. Darimanakah Anda Berasal?
Adikarto, Tamanagung mba
3. Sudah berapa tahunkah anda bergelut didunaia Pasar?
Sejak tahun 1999, berarti ya sudah sekitar 18 tahunan lah mba,
4. Berapa jumlah staf yang ada di kantor pasar Muntilan ini?
14 staf mba
5. Berdasarkan pengalaman anda mengelola pasar, bagaimana pendapat Anda mengenai pasar Muntilan ini pak?
Gini ya mba, pasar Muntilan ini adalah salah satu pasar terbesar yang ada di Kabupaten Maglang, selama saya menjabat kepala pasar di pasar-pasar lain, pasar muntilan ini termasuk pasar yang paling banyak pengunjungnya dari berbagai daerah, seringkali dijumpai pedagang ataupun pembeli yang sengaja “nglegakke” untuk berbelanja ataupun berdagang di Pasar Muntilan ini mba.
6. Apakah bapak tahu mengenai sejarah pasar Muntilan ini pak?
Oh biar dijelaskan sam pak Heru mba, Menurut Pranowo, Heru (2017) adanya pasar tradisional Muntilan ini dimulai sejak tahun 1938. Pasar Muntilan yang terletak di Kabupaten Magelang ini merupakan salah satu pasar terbesar di

kabupaten Magelang mengingat bahwa Muntilan adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, Indonesia yang menjadi pusat perdagangan dan jasa di bagian selatan yang tepatnya terletak di Jalan Pemuda No.12 arah jalan Klamong, Muntilan Magelang dengan kode pos 56411. Pasar Tradisional Muntilan merupakan wadah yang disediakan oleh kabupaten Magelang di daerah Muntilan untuk mengapresiasi seluruh kegiatan ekonomi (jual beli) yang ada di Muntilan. Muntilan merupakan Ibu kota Kecamatan dari Kabupaten Magelang yang memiliki khasanah khas baik dalam bidang perekonomian. Sehingga tidak heran jika Pasar Tradisional Muntilan merupakan salah satu pasar terbesar di Kabupaten Magelang yang menjadi rujukan oleh kebanyakan masyarakat kabupaten Magelang

7. Apa Visi dan Misi Pasar Tradisional pak?

Pasar Muntilan memiliki Visi yaitu Menjadikan pasar tradisional sebagai sarana unggulan dalam penggerak perekonomian daerah Muntilan, sedangkan Misi Pasar tradisional Muntilan adalah Terwujudkannya pengelolaan pasar tradisional dengan pelayanan prima terhadap masyarakat dengan cara meningkatkan sarana dan prasarana pasar serta terpenuhi kebutuhan barang dan jasa yang lengkap, murah dan bersaing

8. Mengenai jumlah total pedagang dipasar Muntilan ini berapa ya pak?

Totalnya sekitar 2.988 pedagang mba dengan kios yang berjumlah 249, los yang berjumlah 1.468, lesehan yang berjumlah 1.250 dan 21 los daging mba.

9. Mohon maaf sebelumnya pak, pernahkah terjadi kasus penjualan benda atau bahan terlarang?

Ya pernah mba, waktu itu ada pedagang yang menjual barang edngan bahan yang berbahaya, namun karena kebijakan dari pasar sendiri bahkan dari Dinas Perdagangan dan Koperasi UKM belum membuat peraturan-peraturan untuk pedagang pasar, sehingga pengawasan pasar tetap terjadi namun belum ada peraturan-peraturan yang tertulis sehingga pengawasan menjadi tidak maksimal

Hasil Wawancara 2

Informan : Ibu Nurmawati
Pedagang : Pakaian
Asal : Ngablak Magelang

Pembukaan

1. Sejak kapan anda memulai berdagang?
Saya memulai berdagang pada tahun 1997
2. Mengapa anda memilih berdagang di pasar tradisional Muntilan ini?
Pada awalnya saya tidak berminat untuk berdagang, saya hanya menemani suami saya yang menjadi sales pakaian, jadi saya tebiasa ikut suami dagang kesana kemari. Pada tahun 1996 suami saya mengalami sakit gula, hingga akhirnya meninggal pada bulan November tahun 1996. Dengan alasan itulah Ibu Nurmawati memilih berdagang pakaian demi untuk menghidupi anak-anaknya. Ia memilih pasar Muntilan karena menurut survenya pasar Muntilan merupakan salah satu pasar ter ramai dengan pengunjung dari berbagai penjuru.
3. Apakah berdagang di pasar tradisional Muntilan ini sebagai pendapatan utama anda?
Ya iya mba, berdagang pakaian inilah pendapatan utama saya.
4. Dulu modal awal anda dalam memulai berdagang di pasar tradisional Muntilan ini darimana?
Saya mendapat pinjaman modal dari kakak pererpuan saya yang pedagang pakaian juga pada saat itu.
5. Segmen-segmen yang menjadi sasaran anda dalam berdagang di pasar tradisional Muntilan ini?
Sasaran utama saya adalah pakaian ibu-ibu, seragam sekolah dan kebaya juga kerudung

Aspek tauhid (Kesatuan)

1. Apakah anda percaya jika rizeki itu ditangan Allah?
Jelas saya percaya
2. Menurut anda, mana yang lebih anda prioritaskan? bisnis atau ibadah?
Ya dua-duanya berbarengan lah mba, ibadah juga penting bisnis pun penting juga
3. Apakah anda memiliki ciri khas untuk menarik pembeli?
Ya ramah aja mba sama pembeli sama orang-orang sekitar
4. Jika pembeli menghendaki penawaran barang, bagaimana sikap anda, alur pembayarannya?
Liat-liat dulu penawarannya mba, jika sekiranya harga yang ditawarkan wajar ya saya perbolehkan, mengenai sikap saya ya saya ngikutin pembeli aja, tetap sabar ngadepin pembeli yang suka pake otot jika menawar mba. Alur pembayarannya ya deal in dulu sama pembeli, jika sudah deal ridho bi ridho maka barulah barang tersebut dibayar.

Keseimbangan

1. Bagaimana cara anda dalam menetapkan harga dan menetapkan keuntungan dari setiap barang yang anda jual?
Cara saya dalam menetapkan harga ya dengan melihat harga pasar mba, untung keuntungan mungkin saya akan mencari barang dari tengkulak dengan harga terendah, biasanya saya ke tanah abang ataupun ke kudu.
2. Bagaimana sikap anda ketika barang yang anda tawarkan atau jual terdapat cacat?
Ketika barang syaa terdapat cacat ya saya kasih tau ke pembeli, semial ada pembeli yang misalkan menginginkan barang tersebut namun misalnya kepanjangan bajunya pun nanti saya potongin mba, soalnya ada penjahit dirumah saya.
3. Jika sudah deal dengan pembeli lalu seperti apa perjanjian yang anda lakukan dengan calon pembeli?

Perjanjian yang saya lakukan dengan pembeli ya misalkan ada pembeli yang membeli barang bukan untuk dirinya sendiri ni, untuk orangtuanyakah, untuk cucunya, nanti saya meyakinkan pembeli bahwa barang tersebut bakal pas untuk mereka yang dibelikan dan tidak boleh ditukar, ketika pembeli sudah menyetujui hal tersebut maka barang baru saya lepas.

Kehendak bebas

1. Darimana asal usul barang yang anda jual?

Saya mengambil barang dari tanah abang dan kudu mba

2. Bagaimana strategi anda dalam memasarkan barang yang anda jual?

Saya mendekati teman-teman terdekat saya terlebih dahulu baru mereka pasti akan bilang kekeluarga, ataupun teman mereka jika barang ditempat saya bagus, gitulah mba.

3. Bagaimana sikap dan strategi anda ketika barang yang anda jual tidak diminati oleh pembeli karena suatu hal?

Ya namanya juga orang mba, pasti ada yang suka ada yang tidak, jadi ya saya maklumi aja mba.

4. Bagaimana sikap anda dalam menghadapi risiko dan bagaimana strategi anda dalam meminimalisir risiko?

Saya menghadapi resiko misalkan ya mba, ada barang saya yang sudah terlalu lama tapi tidak terjual juga sudah ketinggalan mode maka saya akan memberikan diskon atau menjual barang dengan harga yang lebih rendah.

5. Apakah anda pernah menawarkan barang dengan harga yang lebih rendah dari harga pasaran dikarenakan minus yang anda pada barang yang anda jual?

Ya itu tadi mba, pernah seandainya barang sudah tak layak jual, barang siapa mau ya saya jual dengan harga yang lebih rendah.

Tanggung Jawab

1. Apakah dalam menjual barang anda memberikan garansi atau jaminan kepada calon pembeli?

Tidak, saya tidak memberikan garansi kepada pembeli mba.

2. Bagaimana sikap anda ketika barang yang anda jual ternyata terdapat minus yang mengakibatkan harga jual barang anda turun?
jika ada barang dagangan saya, yang di beli oleh pembeli ada cacat, maka saya akan memberikan pilihan kepada konsumen mau diganti dengan yang baru ataupun harga dipotong sesuai kerugian
3. Bagaimana cara dan sikap anda dalam menghadapi complain dari pembeli?
Saya menerimanya dan saya akan minta maaf jika memang itu kesalahan dari saya
4. Apakah anda akan membantu pembeli barang anda ketika barang yang anda jual kepada pembeli tersebut mengalami trobel?
Jika saya bisa saya akan membantu, namun jika saya tidak bisa maka akan saya sarankan untuk memberikan kepada yang lebih ahli
5. Bagaimana sikap anda ketika pembeli barang dari anda menghendaki uangnya kembali karena suatu hal tertentu?
Alhamdulillah belum pernah mengalaminya saya mba, namun jika terjadi hal seperti itu maka saya akan bertanya dengan detail kenapa sampai bisa meminta uangnya kembali.

Kebenaran dan kejujuran

1. Menurut anda apakah kejujuran itu penting dalam bisnis?
Penting sekali
2. Jika ditanya mengenai asal usul barang yang anda jual, bagaimana sikap anda dan apakah akan menjelaskanya dengan jujur?
Ya saya kasih tau mba, tapi tidak sedetail-detailnya
3. Bagaimana cara anda dalam menjelaskan kondisi barang anda termasuk plus dan minus dari barang?
Cara saya menjelaskan kondisi barang ya saya sesuaikan barang dengan jenis karakter pembelinya mba, tentang plus minus saya jelaskan mengenai motif dan kesesuaian jika barang dipakai oleh pembeli.

4. Praktik-praktik untuk mengelabui calon pembeli yang biasa dilakukan oleh para pedagang itu apa saja menurut anda? Anda sendiri sudah pernah melakukan?

Saya belum pernah, kurang tau saya jika masalah pengelabuhan pembeli soalnya pakaian ini kan barang nyata yang bis dilihat, mungkin jika pembelinya kurang teliti mungkin pengelabuhannya mengenai jahitan yang kurang bagus kali ya mba.

Hasil Wawancara 3

Informan : Ibu Erni Maesaroh

Pedagang : Sembako

Asal : Mbaran, Sedayu

Pembukaan

1. Sejak kapan anda memulai berdagang?

Mulai dari tahun 1995

2. Mengapa anda memilih berdagang di pasar tradisional Muntilan ini?

Alasan pertama saya berdagang dipasar Muntilan ini karena dekat dengan rumah juga karena pasar tradisional Muntilan ini termasuk salah satu pasar terbesar di Kabupaten Magelang ya mbak, jadinya kan prospek untuk berjualan

3. Apakah berdagang di pasar tradisional Muntilan ini sebagai pendapatan utama anda?

Bagi saya ya pendapatan utama, tapi saya tetap masih mendapatkan jatah bulanan dari suami saya.

4. Dulu modal awal anda dalam memulai berdagang di pasar tradisional Muntilan ini darimana?

Dari tabungan saya, karena saya dulunya adalah seorang guru mba.

5. Segmen-segmen yang menjadi sasaran anda dalam berdagang di pasar tradisional Muntilan ini?

Pengunjung dan para pedagang di pasar tradisional Muntilan ini

Aspek tauhid (Kesatuan)

1. Apakah anda percaya jika rizeki itu ditangan Allah?
Saya percaya
2. Menurut anda, mana yang lebih anda prioritaskan? bisnis atau ibadah?
Menurut saya Ibadah baru lah bisnis, karena menurut saya bisnis ini tidak bisa berjalan tanpa pertolongan dari Allah
3. Apakah anda memiliki ciri khas untuk menarik pembeli?
Saya tidak punya ciri khas
4. Jika pembeli menghendaki penawaran barang, bagaimana sikap anda, alur pembayarannya?
Penawaran barang di pasar tradisional itu pasti, jadi saya sudah terbiasa menghadapinya, alur penawaran barang saya ya seperti yang lainnya, sekiranya harga cocok dengan harga pasaran maka baru saya iyaikan.

Keseimbangan

1. Bagaimana cara anda dalam menetapkan harga dan menetapkan keuntungan dari setiap barang yang anda jual?
Cara saya menetapkan harga dengan 10 persen dari persentase harga pokok barang
2. Bagaimana sikap anda ketika barang yang anda tawarkan atau jual terdapat cacat?
Ketika terdapat cacat dan pembeli complain seperti misalnya telur yang dibeli oleh pembeli ternyata sudah tak layak tapi diketahuinya ketika pembeli sudah dirumah dan besoknya ada pembeli complain ya nanti saya ganti dengan yang baru mba.
3. Jika sudah deal dengan pembeli lalu seperti apa perjanjian yang anda lakukan dengan calon pembeli?

Saya jarang melakukan perjanjian

Kehendak bebas

1. Darimana asal usul barang yang anda jual?
Dari tengkulak
2. Bagaimana strategi anda dalam memasarkan barang yang anda jual?
Strategi saya melalui sikap, misalkan ramah terhadap pembeli, menjalin hubungan yang baik sama pedagang yang ada dipasar, nanti otomatis mereka akan menilai sendiri dimana yang menurut mereka ramah, dan akan menyarankan teman,atau keluarganya untuk berbelanja ditempat saya
3. Bagaimana sikap dan strategi anda ketika barang yang anda jual tidak diminati oleh pembeli karena suatu hal?
Ya tidak masalah, karena saya percaya setiap orang mempunyai rejekinya masing-masing
4. Bagaimana sikap anda dalam menghadapi risiko dan bagaimana strategi anda dalam meminimalisir risiko?
Sikap saya ketika menghadapi resiko, misalkan saja resiko dari complain pembeli karena ketidakpuasan akan barang yang dibelinya karena cacat maka akan saya ganti dengan yang baru ataupun, saya menerima kritikan dari pembeli
5. Apakah anda pernah menawarkan barang dengan harga yang lebih rendah dari harga pasaran dikarenakan minus yang anda pada barang yang anda jual?
Tidak pernah

Tanggung Jawab

1. Apakah dalam menjual barang anda memberikan garansi atau jaminan kepada calon pembeli?
Tidak ada jaminan dalam perdagangan saya
2. Bagaimana sikap anda ketika barang yang anda jual ternyata terdapat minus yang mengakibatkan harga jual barang anda turun?

Ya saya kembalikan kepada tengkulak dan pastinya saya akan menkritik tengkulak seperti halnya pembeli mengkritiki dagangan saya

3. Bagaimana cara dan sikap anda dalam menghadapi complain dari pembeli?
Saya akan menerima complain jika memang itu benar kesalahan dari saya
4. Apakah anda akan membantu pembeli barang anda ketika barang yang anda jual kepada pembeli tersebut mengalami trobel?
Ya jika saya bisa kenapa tidak
5. Bagaimana sikap anda ketika pembeli barang dari anda menghendaki uangnya kembali karena suatu hal tertentu?
Saya akan kembalikan uang tersebut, kaeran saya akan bertanggung jawab atas barang yang saya jual

Kebenaran dan kejujuran

1. Menurut anda apakah kejujuran itu penting dalam bisnis?
Tentu penting.
2. Jika ditanya mengenai asal usul barang yang anda jual, bagaimana sikap anda dan apakah akan menjelaskanya dengan jujur?
Ya saya akan jujur tapi mungkin tidak akan terlalu detail
3. Bagaimana cara anda dalam menjelaskan kondisi barang anda termasuk plus dan minus dari barang?
Saya akan mempromosikannya dengan jujur mengenai plus minus barang
4. Praktik-praktik untuk mengelabui calon pembeli yang biasa dilakukan oleh para pedagang itu apa saja menurut anda? Anda sendiri sudah pernah melakukan?
Kalau dagangan saya biasanya ya mba, saya kan mengambil dari tengkulak, misalkan barangnya telur, nah nanti telurnya itu yang ditumpukan tengah ataupun bawah sering dikasih telur yang sudah tak layak konsumsi, selanjutnya missal beras, terdapat beras yang sudah dicampur dengan beras kualitas jelek meskipun itu hanya sedikit

Hasil Wawancara 4

Informan : Ibu Rujiati
 Pedagang : Mie Ayam
 Asal : Kranggan, Temanggung

Pembukaan

1. Sejak kapan anda memulai berdagang?
 Mulai tahun 1999
2. Mengapa anda memilih berdagang di pasar tradisional Muntilan ini?
 memilih berjualan mie Ayam pada awalnya karena ikut kakaknya yang berjualan Mie Ayam di Semarang, lalu pada tahun 1999 ia mencoba mandiri dengan memulai menekuni berdagang mie ayam
3. Apakah berdagang di pasar tradisional Muntilan ini sebagai pendapatan utama anda?
 Iya, berdagang mie ayam adalah pendapatan utama saya
4. Dulu modal awal anda dalam memulai berdagang di pasar tradisional Muntilan ini darimana?
 Modal awal didapat dari pinjaman modal dari Produsen pembuat Bakmi di daerah Tambakan, Muntilan berupa bahan alat-alat masak, kursi, meja, dan gerobak , setelah uang dapat terkumpul Ibu Ruji mengembalikan semua modal yang dipinjamkan oleh produsen bakmi tersebut.
5. Segmen-segmen yang menjadi sasaran anda dalam berdagang di pasar tradisional Muntilan ini?
 Pengunjung dan Pedagang pasar

Aspek tauhid (Kesatuan)

1. Apakah anda percaya jika rizeki itu ditangan Allah?
 Saya Percaya
2. Menurut anda, mana yang lebih anda prioritaskan? bisnis atau ibadah?

Dua-duanya penting, tapi jika lagi nanggung ada pembeli namun adzan sudah terdengar maka saya tetap melayani pembeli terlebih dahulu mba

3. Apakah anda memiliki ciri khas untuk menarik pembeli?

Tidak punya

4. Jika pembeli menghendaki penawaran barang, bagaimana sikap anda, alur pembayarannya?

Tidak ada penawaran dalam penjualan saya

Keseimbangan

1. Bagaimana cara anda dalam menetapkan harga dan menetapkan keuntungan dari setiap barang yang anda jual?

Berdasarkan harga pasaran

2. Bagaimana sikap anda ketika barang yang anda tawarkan atau jual terdapat cacat?

Ketika mie ayam yang saya jual misalkan keasinan ataupun kurang asin maka saya sediakan garam bagi yang menyukai asin, sementara kalau ada yang keasinan, biasanya ganti kuahnya mba.

3. Jika sudah deal dengan pembeli lalu seperti apa perjanjian yang anda lakukan dengan calon pembeli?

Tidak ada perjanjian dengan pembeli mba, pembayaran dilakukan setelah pembeli selesai makan, sudah seperti itu saja mba.

Kehendak bebas

1. Darimana asal usul barang yang anda jual?

Dari produsen mie daerah tambakan Muntilan

2. Bagaimana strategi anda dalam memasarkan barang yang anda jual?

Strategi saya saya menerima pesan antar bagi pedagang pasar yang ingin makanannya diantar

3. Bagaimana sikap dan strategi anda ketika barang yang anda jual tidak diminati oleh pembeli karena suatu hal?

Sikap saya yaa memaklumi, sesuatu itu pasti ada yang menyukai dan tidak menyukainya mba

4. Bagaimana sikap anda dalam menghadapi risiko dan bagaimana strategi anda dalam meminimalisir risiko?

Resiko penjualan saya itu terletak di masa kadaluarsa bahan mie nya karena hanya bertahan dua hari, maka dari itu mie akan saya rebus untuk bias bertahan dikemudian harinya

5. Apakah anda pernah menawarkan barang dengan harga yang lebih rendah dari harga pasaran dikarenakan minus yang anda pada barang yang anda jual?

Tidak pernah, saya hanya pernah menjual dengan harga rendah ketika ada pembeli yang pengen makan mie ayam namun ia ternyata hanya mempunyai uang kurang dari harga jual mie ayam saya

Tanggung Jawab

1. Apakah dalam menjual barang anda memberikan garansi atau jaminan kepada calon pembeli?

Tidak ada garansi

2. Bagaimana sikap anda ketika barang yang anda jual ternyata terdapat minus yang mengakibatkan harga jual barang anda turun?

Akan belajar memperbaiki minusnya dikemudian hari

3. Bagaimana cara dan sikap anda dalam menghadapi complain dari pembeli?

Meminta maaf

4. Bagaimana sikap anda ketika pembeli barang dari anda menghendaki uangnya kembali karena suatu hal tertentu?

Belum pernah menemui, namun jika saya menemui permasalahan tersebut maka saya akan kembalikan

Kebenaran dan kejujuran

1. Menurut anda apakah kejujuran itu penting dalam bisnis?

Penting dan perlu

5. Jika ditanya mengenai asal usul barang yang anda jual, bagaimana sikap anda dan apakah akan menjelaskannya dengan jujur?

Ya saya akan jelaskan dengan jujur

6. Bagaimana cara anda dalam menjelaskan kondisi barang anda termasuk plus dan minus dari barang?

Ya saya jelaskan, missal ada pembeli yang menghendaki mienyam tidak dikasih micin pada makanannya, lalu saya akan memberi tahu bahwa nanti makanannya akan berbeda rasa dengan racikan yang terdapat micinnya.

7. Praktik-praktik untuk mengelabui calon pembeli yang biasa dilakukan oleh para pedagang itu apa saja menurut anda? Anda sendiri sudah pernah melakukan?

Hasil Wawancara 4

Informan : Ibu Mariyatul Kibtiyah

Sebagai : Konsumen Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Asal : Pring Asri, Gunungprimg

Pembukaan

1. Sejak kapan anda memulai berbelanja di pasar?

Kalau untuk pasar modern, saya mulai membelanjanya dari yang dulunya swalayan KR santri sampe menjadi HS, berarti saya langganan belanja di HS dari awal buka, sedangkan untuk pasar tradisional muntilan saya sudah sejak tahun 2010 setelah saya menikah

2. Mengapa anda memilih berbelanja di pasar tradisional Muntilan, ataupun Pasar Modern Hs, bukan yang lain?

Saya memilih berbelanja di pasar Muntilan ini karena: pertama, tentu pasar terdekat yang ada di Muntilan, kedua mau cari barang apapun ada dipasar, ketiga bisa nawar mba

Sedangkan saya berbelanja juga di pasar modern HS karena, pertama, kalo untuk barang-barang seperti susu dan minyak saya lebih memilih membeli di pasar modern, karena biasanya di pasar modern ada mba-mba sales dari produknya langsung sehingga lebih terjamin, kalo untuk minyak dan deterjen karena di pasar modern sering ada diskon untuk barang-barang tertentu. Saya memilih berbelanja di HS bukan laris ataupun swalayan lainnya seperti indomart ataupun alfamart karena barang-barang di HS lebih murah dibanding swalayan lainnya, tambah lagi terdapat member untuk pengumpulab poin bonus

Aspek tauhid (Kesatuan)

1. Apakah anda percaya jika rizeki itu ditangan Allah?
Saya percaya
2. Menurut anda, mana yang lebih anda prioritaskan? Berbelanja atau ibadah?
Ibadah, sebelum belanja kalau sudah masuk waktu sholat ya saya sholat dulu mba, takut nanti jadi kalap belanja
3. Bagaimana alur penawaran barang yang ada di pasar tradisional?
Misalkan saya membeli baju, saya akan tawar sekiranya harga pantas menurut dari bahan bajunya, ketika penjual mengatakan boleh, barulah barang akan saya bayar

Keseimbangan

1. Bagaimana cara anda dalam menetapkan harga tawaran barang yang akan anda beli?
Biasanya saya tawar setengah dari harga tersebut
2. Bagaimana sikap anda ketika barang yang anda beli terdapat cacat?
Saya akan complain dengan penjualnya
3. Apakah ada perjanjian dengan penjual mengenai barang yang anda beli?
Tidak ada

Kehendak bebas

1. Bagaimana sikap anda ketika barang yang anda beli ternyata terdapat cacat karena suatu hal?

Jika barang rusak dari sananya dalam arti bukan kesalahan saya maka akan saya kasih tau ke penjual, kalau memang asli dari sananya rusak biasanya barang akan diganti ataupun jika saya memaklumi maka harga barang akan dipotong

2. Apakah anda pernah menawar barang dengan harga yang lebih rendah dari harga pasaran dikarenakan minus yang ada pada barang yang anda beli?

Ya saya pernah karena ketidaksengajaan barang sudah saya sukai namun terdapat cacat, jadi saya mendapat harga lebih murah

Tanggung Jawab

1. Apakah dalam membeli barang diberikan garansi atau jaminan dari si penjual?

Tergantung jenis barangnya mba, kalau barang barang seperti alat elektronik biasanya dikasih jaminan, namun kalo membeli barang dipasar tradisional seperti baju ya tidak ada garansi mbas

2. Bagaimana cara dan sikap anda dalam menghadapi penjual yang tidak ramah terhadap pembeli?

Saya tidak jadi membeli ditempat tersebut.

3. Apakah anda pernah dibantu oleh penjual barang jika barang yang anda beli mengalami trouble atau anda tidak bisa mengoperasikannya?

Ya saya pernah dibantu ketika saya tidak bisa mengoperasikannya

4. Apakah anda pernah kecewa terhadap barang yang anda beli kemudian meminta uang anda kembali karena ketidakpuasan anda?

Ketidakpuasan pernah, misalkan ketika membeli sayuran di pasar tradisional dan ternyata sayur itu tidak semuanya segar, dan didalamnya terdapat beberapa yang sudah menguning tidak layak makan, namun saya tidak pernah meminta uang saya kembali, hanya besoknya saya bilang ke

penjual sayuran tersebut dan saya tidak mau membeli ditempat tersebut lagi

Kebenaran dan kejujuran

1. Menurut anda apakah kejujuran itu penting dalam bisnis?

Pentinglah mba

2. Jika anda bertanya asal usul barang yang anda beli, bagaimana sikap penjual dan apakah akan dijelaskannya dengan jujur?

Tidak semua penjual menjelaskan asal usul barang yang dijualnya mba, misalkan saya membeli bunga jelas penjual akan menjelaskan misal bunganya berasal dari daerah pakis, namun ketika pedagang sembako, yamasa dikasih tau mereka mengambil barang darimana, jelas nanti pembeli akan lari ke tengkulaknya dial ah, yang jelas lebih murah

3. Kalo praktik praktik untuk mengelabui calon pembeli yang biasa dilakukan oleh para pedagang itu apa saja menurut anda? Anda sendiri sudah pernah mengalaminya dikelabui oleh penjual?

Tergantung penjual apa dulu mba, kalo pedagang pasar tradisional, misalkan pedagang bakso, biasanya bakso dicurangi dengan tidak banyak campuran dagingnya, namun kan saya bisa merasakan mana bakso yang banyak daging dan mana bakso yang banyak campuran, misal lagi pedagang beras, beras keliatan bagus, namun ketika dimasak terdapat rarasana beda aatau tidak semua bagus karena telah dicampur

Sedangkan pada pasar modern si menurut saya belum pernah menjumpai ya mba, atau mungkin saya yang gatau. Mungkin permainan harga saja kalo dipasar modern, harga ada yang lebih mahal dan ada yang lebih murah dari pasaran.

(Pasar Modern Haji Suwarno)

Informan : Bapak Jono

Sebagai : Owner (founder) Pasar Modern Hadi Suwarno

Asal : Karaharjan

Pembukaan

1. Sejak kapan anda memulai membangun Pasar Modern Haji Suwarno ini?

26 April 2014

2. Mengapa anda memilih bisnis Pasar Modern Haji Suwarno?

Karena tuntutan keadaan dari anak, awalnya saya bergelut dibidang industri sepatu, saya mempunyai pabrik dirumah, namun ketika anak saya yang pertama selesai menempuh sekolah strata satu dan ingin menikah maka saya bertanya kepadanya, kira-kira kalo meneruskan usaha industri sepatu berkenan atau tidak, sebagai orang tua saya ingin anak saya melanjutkan estafet usaha yang saya miliki, namun anak saya menolaknya, karena hal itulah maka saya putuskan untuk membuka swalayan HS tanpa ada pemikiran sebelumnya.

3. Apakah bisnis Pasar Modern Haji Suwarno ini sebagai pendapatan utama anda?

Tidak, pendapatan utama saya tetap dari industry sepatu

4. Dulu modal awal anda dalam memulai bisnis Pasar Modern Haji Suwarno darimana?

5. Segmen-segmen yang menjadi sasaran anda dalam Pasar Modern Haji Suwarno?

Semua warga kabupaten Magelang khususnya Muntilan dan sekitarnya

Aspek tauhid (Kesatuan)

1. Apakah anda percaya jika rizeki itu ditangan Allah?
 Saya percaya makannya saya berani mengambil keputusan membangun swalayan tanpa ada perencanaan matang sebelumnya
2. Menurut anda, mana yang lebih anda prioritaskan? Bisnis atau ibadah?
 Ibadah kalo saya, sebelum saya membangun HS ini saya sempatkan pergi umroh untuk meminta petunjuk yang kala waktu itu saya mempunyai dua pilihan antara membangun swalayan atau membuat olimart yang bekerjasama
3. Apakah anda memiliki ciri khas untuk menarik pembeli?
 Ciri khas HS salah satunya adalah menjual barang yang dijamin ke halalannya karena kami bahkan tidak menjual rokok yang menurut beberapa orang hukumnya gharar.
4. Jika Apakah Anda melayani pembayaran melalui kartu kredit, bagaimana sikap anda, alur pembayarannya dan melalui lembaga syariah atau konvensional?
 Saya tidak melayani kartu kredit, hanya HS mempunyai fasilitas Card yang gunanya untuk mendapatkan point untuk bonus.

Keseimbangan

1. Bagaimana cara anda dalam menetapkan harga dan menetapkan keuntungan dari setiap produk yang anda jual?
 Persentase dari harga pokok barang, sekiranya sesuai harga yang beredar dipasar, bahkan ada beberapa barang yang terkadang lebih murah daripada harga di swalayan lainnya.
2. Bagaimana sikap anda ketika produk yang anda tawarkan atau jual terdapat cacat?
 Saya akan meminta pertanggung jawaban dari kepala toko bagaimana hal itu bisa terjai karena barang yang masuk ke swalayan harus kondisi yang sempurna, tapi hal itu tidak menutup kemungkinan terjadi complain dari

pembeli, ketika terdapat kecacatan terhadap barang yang disediakan saya tetap ikut bertanggung jawab atas hal tersebut, saya akan tetap menerima kritikan.

3. Apakah ada pengadaan bonus? Bagaimana sistimnya?

Ada, bonus berupa pengumpulan point, jika dalam ssatu tahun point mencapai batas yang ditentukan maka akan mendapat special diskon bagi customor, bagi karyawan terajin dan telama maka dihadihkan diberangkatkan umroh.

Kehendak bebas

1. Darimanasajakah pengambilan produk yang anda jual?

Dari beberapa sales competitor pasar swalayan dan bahkan saya mendatangkan barang dari chna juga

2. Bagaimana strategi anda dalam memasarkan produk yang anda jual?

Strategi pemasaran dengan iklan di radio local magelang

3. Bagaimana sikap dan strategi anda ketika produk yang anda jual tidak diminati oleh pembeli karena suatu hal?

Saya menjual barang dengan hatihati dengan melihat pasaran mba, jadi jika barang tidak diminati maka akan saya jadikan bonus.

4. Bagaimana sikap anda dalam menghadapi risiko dan bagaimana strategi anda dalam meminimalisir risiko?

Sikap saya dengan menyerahkan semua masalah kepada Allah, tapi tentu kita sebagai manusia tetap harus ikhtiar ketika masalah dating. Jadi saya akan menghadapi resiko dengan penuh tanggung jawab

5. Apakah anda pernah menawarkan produk dengan harga yang lebih rendah dari harga pasaran dikarenakan minus yang anda pada produk yang anda jual?

Belum pernah.

Tanggung Jawab

1. Apakah dalam menjual produk anda memberikan garansi atau jaminan kepada calon pembeli?

Tergantung jenis barangnya si mba, kalo mengenai elektronik pasti ada garansinya

2. Bagaimana sikap anda ketika produk yang anda jual ternyata terdapat minus yang mengakibatkan harga jual produk anda turun?

Dengan introspeksi kinerja karyawan setiap bulannya agar jangan sampai lagi ada kejadian yang mengakibatkan turunya harga jual

3. Bagaimana cara dan sikap anda dalam menghadapi complain dari pembeli?

Ketika saya tidak berada di Swalayan, maka yang menangani adalah kepala toko, namun seandainya terdapat complain dari pembeli yang sekiranya tidak bisa menanganinya maka diperkenankan untuk langsung memanggil saya.

4. Bagaimana sikap anda ketika pembeli produk dari anda menghendaki uangnya kembali karena suatu hal tertentu?

Ya akan saya kembalikan bahkan saya kasih barang baru jika barang yang dibelinya ternyata terdapat kecacatan

Kebenaran dan kejujuran

1. Menurut anda apakah kejujuran itu penting dalam bisnis?

Tentu, jujur itu fondasi kesuksesan

2. Jika ditanya mengenai asal usul produk yang anda jual, bagaimana sikap anda dan apakah akan menjelaskanya dengan jujur?

Jujur akan saya kasih tau asal-usulnya, karena saya bersikap transparasi

3. Bagaimana cara anda dalam menjelaskan kondisi produk anda termasuk plus dan minus dari produk anda?

Saya tidak menjelaskan plus minus produk karena pembeli dipasar modern HS ini tinggal ambil barang sesuai ebutuhannya masing-masing

4. Jika anda iklan pada media online, apakah anda akan mendiskripsikan detail dari kelebihan ataupun minus dari supermarket yang anda miliki?

Saya jelaskan kelebihan mba, tidak untuk kelemahan

5. Praktik- praktik untuk mengelabui calon pembeli yang biasa dilakukan oleh para pedagang itu apa saja menurut anda? Anda sendiri sudah pernah melakukan?

Kurang tahu saya mba.

Informan : Bapak Rizki Fauzi

Sebagai : Manajer

Asal : Jl. Tentara Pelajar, Ponalan Muntilan

Pembukaan

1. Sejak kapan anda memulai ikut andil di pasar Modern HS ini?
Sejak ini berdiri yaitu bulan April 2014
2. Mengapa anda memilih bisnis Pasar Modern Haji Suwarno?
Karena passion saya di berdagang, dan cita-cita saya ingin membangun swalayan
3. Apakah bisnis Pasar Modern Haji Suwarno ini sebagai pendapatan utama anda?
Iya betul, Pasar Modern HS ini sebagai pendapatan utama untuk menghidupi keluarga saya
4. Dulu modal awal anda dalam memulai bisnis Pasar Modern Haji Suwarno darimana?
Dari orang tua saya dan pinjaman dari bank
5. Segmen-segmen yang menjadi sasaran anda dalam Pasar Modern Haji Suwarno?
Semua warga kabupaten Magelang khususnya Muntilan dan sekitarnya

Aspek tauhid (Kesatuan)

1. Apakah anda percaya jika rizeki itu ditangan Allah?
Saya percaya sumber dari segala sumber adalah Allah SWT

2. Menurut anda, mana yang lebih anda prioritaskan? bisnis atau ibadah?
Yang lebih saya prioritaskan ibadah, begitu juga yang harus dilakukan oleh karyawan saya
3. Apakah anda memiliki ciri khas untuk menarik pembeli?
Semua karyawan perempuan harus mengenakan jilbab, semua barang yang saya jual pasti kehalalannya.
4. Apakah Anda melayani pembayaran melalui kartu kredit, bagaimana sikap anda, alur pembayarannya dan melalui lembaga syariah atau konvensional?
Saya tidak melayani kartu kredit, hanya HS mempunyai fasilitas Card yang gunanya untuk mendapatkan point untuk bonus

Keseimbangan

1. Bagaimana cara anda dalam menetapkan harga dan menetapkan keuntungan dari setiap produk yang anda jual?
Presentase dari harga pokok barang, sekiranya sesuai harga yang beredar dipasar, bahkan ada beberapa barang yang terkadang lebih murah daripada harga di swalayan lainnya.
4. Bagaimana sikap anda ketika produk yang anda tawarkan atau jual terdapat cacat?
Pertama-tama saya akan meminta pertanggung jawaban dari kepala toko bagaimana hal itu bisa terjadi karena barang yang masuk ke swalayan harus kondisi yang sempurna, tapi hal itu tidak menutup kemungkinan terjadi complain dari pembeli, ketika terdapat kecacatan terhadap barang yang disediakan saya tetap ikut bertanggung jawab atas hal tersebut, saya akan bersifat terbuka mengenai menerima kritikan.
5. Apakah ada pengadaan bonus? Bagaimana sistimnya?
Ada, bonus berupa pengumpulan point, jika dalam ssatu tahun point mencapai batas yang ditentukan maka akan mendapat special diskon bagi customor, bagi karyawan terajin dan telama maka dihadiahkan diberangkatkan umroh.

Kehendak bebas

1. Darimanasajakah pengambilan produk yang anda jual?
Dari beberapa sales competitor pasar swalayan
2. Bagaimana strategi anda dalam memasarkan produk yang anda jual?
Strategi pemasaran dengan iklan di radio local yang ada Magelang
3. Bagaimana sikap dan strategi anda ketika produk yang anda jual tidak diminati oleh pembeli karena suatu hal?
Saya menjual barang dengan hati-hati dengan melihat pasaran mba, jadi jika barang tidak diminati maka akan saya jadikan bonus.
4. Bagaimana sikap anda dalam menghadapi risiko dan bagaimana strategi anda dalam meminimalisir risiko?
Sikap saya dengan menyerahkan semua masalah kepada Allah, tapi tentu kita sebagai manusia tetap harus ikhtiar ketika masalah datang. Jadi saya akan menghadapi resiko dengan penuh tanggung jawab
5. Apakah anda pernah menawarkan produk dengan harga yang lebih rendah dari harga pasaran dikarenakan minus yang anda pada produk yang anda jual?
Belum pernah.

Tanggung Jawab

1. Apakah dalam menjual produk anda memberikan garansi atau jaminan kepada calon pembeli?
Tergantung jenis barangnya si mba, kalo mengenai elektronik pasti ada garansinya
2. Bagaimana sikap anda ketika produk yang anda jual ternyata terdapat minus yang mengakibatkan harga jual produk anda turun?
Dengan introspeksi kinerja karyawan setiap bulannya agar jangan sampai lagi ada kejadian yang mengakibatkan turunya harga jual
3. Bagaimana cara dan sikap anda dalam menghadapi complain dari pembeli?

Ketika saya tidak berada di Swalayan, maka yang menangani adalah kepala toko, namun seandainya terdapat complain dari pembeli yang sekiranya tidak ada yang bisa menanganinya maka diperkenankan untuk langsung memanggil saya.

4. Bagaimana sikap anda ketika pembeli produk dari anda menghendaki uangnya kembali karena suatu hal tertentu?

Ya akan saya kembalikan bahkan saya kasih barang baru jika barang yang dibelinya ternyata terdapat kecacatan

Kebenaran dan kejujuran

1. Menurut anda apakah kejujuran itu penting dalam bisnis?

Tentu, jujur itu fondasi kesuksesan

2. Jika ditanya mengenai asal usul produk yang anda jual, bagaimana sikap anda dan apakah akan menjelaskannya dengan jujur?

Jujur akan saya kasih tau asal-usulnya, karena saya bersikap transparasi

3. Bagaimana cara anda dalam menjelaskan kondisi produk anda termasuk plus dan minus dari produk anda?

Saya tidak menjelaskan plus minus produk karena pembeli dipasar modern HS ini tinggal ambil barang sesuai kebutuhannya masing-masing

4. Jika anda iklan pada media online, apakah anda akan mendiskripsikan detail dari kelebihan ataupun minus dari supermarket yang anda miliki?

Saya jelaskan kelebihanannya mba, tidak untuk kelemahan

5. Praktik- praktik untuk mengelabui calon pembeli yang biasa dilakukan oleh para pedagang itu apa saja menurut anda? Anda sendiri sudah pernah melakukan?

Kurang tahu saya mba.