

Praktik Pedagang Pasar Tradisional: Fakta dan Solusi Penerapan Etika Bisnis Islami

Nilam Sari

Universitas Islam Negeri AAr-Raniry. Banda Aceh

habibti1971@yahoo.com

Abstract

Traditional markets are one of the heart of the economy. Traditional markets are very necessary in supporting national economic growth. The rapid development of modern markets is felt by many parties impacting the existence of traditional markets. Along with this, the facts in the field show a shift in ethics in trade in traditional markets. In Islam, values and ethics in all aspects of human life as a whole are very important, including aspects of business activities. This article will explain the extent to which Islamic business ethics have been applied by traders in the Aceh Besar lambaro market, as well as what efforts should be made so that traders always apply Islamic business ethics in running their businesses. The results of the study found that traders had not fully implemented Islamic business ethics as required. Indicators are always honest on the scale, selling quality goods, do not hide the defects of goods, on average under 50% of traders who answer always carry out the indicators of business ethics. As for other business ethics indicators such as accuracy in promising, patience, friendliness, tithing, prayer services, on average above 50% traders said they could carry out the ethics properly. In order for traders to always be consistent in applying business ethics, awareness of the the trader himself to implement it, the role of the buyer as a consumer who understands his rights and obligations is important in the implementation of Islamic business ethics in the market. The supervisory function of the government also plays an important role in ensuring the implementation of Islamic business ethics of the lambaro market traders. Local governments can form market supervisory institutions that collaborate with market organizations headed by one of the market traders. Supervisory agencies and market organizations will jointly oversee the operations of activities in the Lambaro market, both in terms of cleanliness, security, supply of goods, including ensuring the implementation of business ethics for traders and following up all forms of violations that occur in the market.

Keywords: Traders, Traditional Markets, Islamic Business Ethics

Abstrak

Pasar tradisional menjadi salah satu jantung perekonomian masyarakat. Pasar tradisional sangat diperlukan dalam menunjang pertumbuhan ekonomi nasional . Pesatnya pembangunan pasar modern dirasakan oleh banyak pihak berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Bersamaan dengan hal tersebut, fakta dilapangan memperlihatkan pergeseran etika dalam perdagangan di pasar tradisional. Dalam Islam, nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh adalah sangat penting, termasuk aspek kegiatan bisnis. Artikel ini akan memaparkan sejauh mana etika bisnis Islam telah diterapkan oleh para pedagang di pasar lambaro Aceh Besar, serta bagaimana upaya yang sebaiknya dilakukan agar para pedagang senantiasa menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya. Hasil penelitian mendapati para pedagang belum sepenuhnya melaksanakan etika bisnis Islam sebagaimana yang diharuskan. Indikator selalu jujur dalam timbangan, menjual barang berkualitas, tidak sembunyikan cacat barang, rata-rata dibawah 50% pedagang yang menjawab selalu melaksanakan indikator etika bisnis tersebut. Adapun indikator etika bisnis

lainnya seperti ketepatan dalam berjanji, sabar, ramah , berzakat, ibadah shalat , rata-rata diatas 50% pedagang menyatakan dapat melaksanakan etika tersebut dengan baik. Agar supaya para

pedagang senantiasa konsisten dalam penerapan etika bisnis , selain dibutuhkan kesadaran dari para pedagang itu sendiri untuk melaksanakannya , peran pembeli selaku konsumen yang memahami hak dan kewajibannya menjadi hal penting dalam terlaksananya etika bisnis Islam di pasar. Fungsi pengawasan dari pemerintah juga memainkan peranan penting bagi terjaminnya pelaksanaan etika bisnis Islami para pedagang pasar lambaro. Pemerintah daerah dapat membentuk lembaga pengawas pasar yang bekerjasama dengan organisasi pasar yang diketuai oleh salah seorang pedagang pasar. Lembaga pengawas dan organisasi pasar secara bersama-sama akan mengawasi operasional kegiatan di pasar lambaro, baik dari segi kebersihan, keamanan, pasokan barang, termasuk memastikan adanya penerapan etika bisnis bagi para pedagang dan menindak lanjuti segala bentuk pelanggaran yang terjadi di pasar.

Kata Kunci: Pedagang, Pasar Tradisional, Etika Bisnis Islam

Pendahuluan

Bisnis syariah merupakan perwujudan dan dimplementasi dari aturan syariat Allah yang telah diturunkan melalui Rasulullah SAW. Bisnis syariah tidak jauh berbeda dengan bisnis pada umumnya, yaitu sebuah upaya untuk memproduksi atau mengusahakan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan para konsumen. Dalam aspek syariah ada hal yang membedakannya dengan bisnis konvensional. Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi setiap orang disepanjang abad dan semua lapisan masyarakat, agama. Islam mengizinkan adanya sebuah bisnis, sebagaimana Rasulullah SAW sendiri juga berbisnis dalam jangka waktu yang cukup lama. Namun, Rasulullah tidak begitu saja membolehkannya tanpa aturan, kaidah ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam menjalankan perdagangan atau bisnis itu sendiri. Di antara nilai-nilai yang penting dalam perdagangan atau bisnis adalah sifat kasih sayang yang telah dijadikan Allah sebagai *trand mark* serta nilai kejujuran yang memang sebagai syarat utamanya.

Setiap orang boleh berbisnis dalam mencari nafkah dengan cara melakukan jual beli, tetapi cara itu harus dilakukan sesuai dengan hukum Islam, yaitu harus saling rela merelakan, tidak boleh menipu, tidak berbohong, tidak merugikan orang lain, serta bebas memilih.¹ Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang barang-barang kebutuhan sehari-hari. Pasar sendiri merupakan ladang bisnis, tempat orang-orang untuk berkumpul dengan tujuan melakukan tukar-menukar kepemilikan barang atau jasa dengan uang.² Pasar juga diartikan sebagai tempat orang untuk berjual beli, yang juga berarti kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual menukar barang atau jasa dengan uang atau jasa.³

¹Labib Mz, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Surabaya: Bintang Usaha Jaya, 2006), h.15-16.

²Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis* (Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2012), h. 78.

³A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam al-Quran* (Jakarta: Penerbit Amzah, 2010), h.73.

Pasar tradisional menjadi salah satu jantung perekonomian masyarakat. Kedudukan pasar tradisional tetap menyatu dalam kehidupan masyarakat. Banyak masyarakat yang masih membutuhkan pasar tradisional dalam mencari pendapatan serta kebutuhan dalam transaksi jual beli. Berkembangnya pasar modern dirasakan banyak pihak memiliki dampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Agar dapat merefleksikan ekonomi kerakyatan, keberpihakan dari pemerintah terhadap pasar tradisional sangat diperlukan untuk dapat menunjang pertumbuhan ekonomi nasional.⁴

Pondasi dari perekonomian nasional adalah pasar tradisional. Setelah ekonomi kolaps, di beberapa daerah tumbuh kegiatan perekonomian dari rakyat yang berupa pasar tradisional yang memberikan kontribusi dalam pertumbuhan ekonomi. Pedagang dan pasar tradisional perlu mendapat perhatian oleh Pemerintah dalam membangun ekonomi kerakyatan. Selain itu, para pedagang di pasar tradisional juga mengalami persoalan lain, salah satunya dengan keberadaan pasar modern. Untuk dapat mengembalikan kondisi pasar tradisional agar menjadi vital kembali, keberadaan pasar modern sebaiknya diatur dengan peraturan yang jelas. Mulai dari lokasi penempatan, jam operasional hingga barang apa yang dijual di pasar modern. Selain itu masalah susah akses terhadap permodalan juga menjadi permasalahan lain yang dihadapi oleh pedagang pasar tradisional.⁵ Salah satu bentuk penanganan terhadap permasalahan kemiskinan adalah penanganan terhadap permasalahan pasar tradisional. Keberadaan pasar tradisional memberikan wadah jual beli bagi sebagian masyarakat Indonesia yang berprofesi sebagai petani dan nelayan.

Permasalahan lain, dan menjadi kenyataan hari ini juga telah terjadi pergeseran etika dalam dagang atau bisnis. Maraknya para pedagang mengurangi timbangannya, menjual ayam bangkai (tiren) dan daging gelongongan adalah sebagai contoh dari pergeseran etika bisnis tersebut.⁶ Hal ini menandakan timbulnya gejala kekurangan rasa solidaritas, serta tanggung jawab sosial dan juga tingkat kejujuran bahkan adanya persaingan yang tidak sehat dan berbagai masalah bisnis lainnya. Ketika sudah terjadi pergeseran tersebut, maka mulailah terjadi suatu penyimpangan-penyimpangan di dalam hubungan bisnis dan pada akhirnya akan menyengsarakan kehidupan manusia itu sendiri.

Pengabaian etika bisnis boleh jadi dikarenakan sebagian orang masih beranggapan bahwa etika bisnis hanya akan mempersempit ruang gerak keuntungan bisnis yang dijalankan. Islam mewajibkan, penerapan nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan

⁴ <http://www.dpd.go.id/artikel-957-peran-pasar-tradisional-sebagai-pondasi-dasar-ekonomi-kerakyatan>, diakses Tgl ,15 November 2017.

⁵ *Ibid.*

⁶ [www./http.gatra.com](http://www.gatra.com) Saturday.com,9 July 2005, diakses pada tanggal 9 November 2016

manusia secara menyeluruh , termasuk dalam aspek kegiatan bisnis. Islam sangat tegas mengatur kegiatan bisnis, mulai dari prinsip dasar, modal, tenaga kerja, upah buruh, faktor produksi, distribusi kekayaan, kualifikasi dalam bisnis, sampai kepada etika sosio ekonomik yang menyangkut hak milik dan hubungan sosial. Perilaku ekonomi manusia dan bisnis semakin perlu diperhatikan penerapannya bukan karena mayoritas bangsa Indonesia beragama Islam, tetapi karena ajaran moral ini sangat sering tidak dipatuhi oleh manusia saat ini. Dengan kata lain penyimpangan tersebut menjadi salah satu sumber permasalahan ekonomi nasional.

Etika memegang peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan usaha. Kurangnya kesadaran masyarakat akan penerapan etika bisnis Islam adalah suatu hal yang tidak dapat ditutupi. Hal ini dapat dilihat dari tidak terlihatnya penerapan etika Islam dalam menjalankan usahanya. Bentuk konkritnya adalah masih terdapat sebagian pengusaha dalam mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya menggunakan cara-cara yang tidak dibenarkan dalam aturan Islam padahal dalam ajaran Islam ada iman dan moral yang harus dipedomani.

Eksistensi etika dalam perilaku bisnis merupakan kewajiban yang tak tidak dapat ditawar. Dalam kondisi kegiatan lingkup bisnis membutuhkan keberadaan etika, sejak lebih 14 abad yang lalu, Islam telah menyerukan urgensi etika bagi aktivitas bisnis. Aktivitas bisnis adalah bagian integral dari wacana ekonomi. Dasar dari sistem ekonomi Islam adalah etika, sementara sistem ekonomi lain seperti sosialisme dan kapitalisme, mengabaikan etika sehingga aspek nilai tidak begitu tampak dalam bangunan kedua sistem ekonomi tersebut. Kedua sistem tersebut kering dari wacana moralitas, karena keduanya memang tidak berangkat dari etika, akan tetapi dari kepentingan (*interest*). Kapitalisme bertitik tolak dari kepentingan individu sedangkan sosialisme bertitik tolak dari kepentingan kolektif.

Dengan adanya fenomena diatas, penulis akan mengkaji lebih lanjut dalam artikel jurnal ini tentang sejauh mana etika bisnis telah diterapkan oleh para pedagang pasar lambaro Aceh Besar, serta bagaimana upaya yang sebaiknya dilakukan agar para pedagang senantiasa menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya .

Jenis Penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah penelitian empiris (penelitian lapangan) yang dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan⁷ dan deskriptif-kualitatif dengan mencari fakta dilapangan tentang etika bisnis yang diterapkan pedagang pasar Lambaro Aceh Besar. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) ,

⁷ Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 1997),h.42.

analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁸ Data yang digunakan adalah data primer dengan wawancara kepada para pedagang sejumlah 40 (empat puluh) orang. Wawancara dilakukan kepada para pedagang buah, sayuran, rempah, ikan. Tahap pengolahan data dilakukan dengan *editing, classifying, analyzing, concluding*.⁹ Analisis data menggunakan teknik triangulasi dan *member check*. Lokasi penelitian **Alamat** : Lambaro, Kecamatan Ingin Jaya Jalan Soekarno-Hatta, Kota : Kabupaten Aceh Besar Provinsi : Aceh. Indikator penerapan etika bisnis Islam dalam penelitian ini adalah: 1) Kejujuran, 2) Transparansi Jual Beli, 3) Kualitas barang dagangan 4) Tepat janji, 5) Sabar, 6) Ramah, 7) Kehalalan barang dagangan, 8) Ibadah Shalat, 9) berzakat.

1. Peran dan Urgensi Etika dalam Bisnis

Etika adalah ilmu normatif yang menuntun hidup manusia, dengan memberi perintah apa yang seharusnya dikerjakan. Etika mengarahkan manusia menuju aktualisasi kapasitas terbaiknya. Penerapan etika dalam berusaha dapat menciptakan baik langsung maupun tidak langsung nilai entitas bisnis itu sendiri. Telah banyak kasus di berbagai negara yang membuktikan hal tersebut. Selain itu, tingkat persaingan yang semakin tinggi, menjadikan tingkat kepuasan konsumenlah yang menjadi faktor utama agar perusahaan/individu pebisnis *sustainable* dan dapat dipercaya dalam jangka panjang. Konsumen cenderung semakin kritis dengan memperhatikan perilaku perusahaan yang memproduksi barang-barang yang akan mereka konsumsi.

Praktik etika bisnis pada dasarnya akan selalu menguntungkan individu dan perusahaan pedagang yang berbisnis baik dalam jangka waktu menengah maupun jangka panjang. Keuntungannya antara lain dapat mengurangi biaya akibat terjadinya friksi baik internal perusahaan maupun dengan eksternal. Perusahaan atau individu pebisnis yang menerapkan etika, dapat meningkatkan motivasi kru dalam bekerja, bahwa bekerja selain dituntut menghasilkan yang terbaik, juga diperoleh dengan cara yang baik pula. Penerapan etika juga melindungi prinsip kebebasan berusaha serta meningkatkan keunggulan bersaing. Selain itu, penerapan etika bisnis juga mencegah agar perusahaan /individu pebisnis tidak terkena sanksi-sanksi dari pihak berwenang atau pemerintah karena berperilaku tidak beretika yang dapat digolongkan sebagai perbuatan melawan hukum.

Tanpa acuan etika, para pebisnis akan lepas tidak terkendali, mengupayakan segala cara, mengorbankan apa saja untuk mencapai tujuannya. Pada umumnya filosofi yang

⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 1.

⁹ Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2002), h. 204.

mendomonasi para pebisnis adalah bagaimana cara memaksimalkan keuntungan. Sebagaimana yang dikatakan oleh Charles Diskens , pebisnis seperti ini diumpamakan : “Semua perhatian, dorongan, harapan, pandangan, dan rekanan mereka meleleh dalam dolar, manusia dinilai dari dolarnya”. Sebagaimana juga yang dikatakan oleh Theodore Levitt bahwa para pebisnis ada dengan motivasi yang sama, yaitu untuk menciptakan nilai kepuasan atau keuntungan maksimal bagi dirinya. Adapun nilai spiritual , budaya, dan moral tidak menjadi pertimbangan dalam aktivitas bisnisnya. Hal tersebut berakibat dapat menyebabkan perang antar perusahaan bangsa, lembaga, serta perusahaan. Kebebasan berusaha merupakan hal yang utama dan sebagaimana prinsip pasar dimana “bisnis adalah bisnis”, Islam memberikan kebebasan mengejar tujuan bisnis dan memastikan bahwa kebebasan itu diperoleh secara bertanggung jawab dan beretika Islam.

Pemimpin perusahaan dalam meningkatkan daya tahan bisnisnya, seharusnya menjalankan prinsip-prinsip pengelolaan usaha yang baik (*good corporate gormevance*) dan sekaligus memenuhi kewajibannya sebagai warga masyarakat yang bertanggung jawab (*corporate sosial responsibility*).¹⁰

Islam melarang seseorang melakukan pekerjaan dengan melegalkan segala cara seperti melakukan tindakan kecurangan, bersumpah palsu, interaksi dengan riba, menyuap dan sebagainya. Akan tetapi Islam memberikan batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Garis pemisah dan batasan inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang tidak luput dari adanya etika bisnis atau moral . Para pelaku bisnis wajib untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis. Bersama adanya kesadaran bertika dalam berbisnis, individu mulai menekankan akan pentingnya keterkaitan faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah diatur dalam pandangan ajaran Agama Islam termasuk dalam kaitan pelaksanaan perekonomian dan bisnis.

Ajaran Islam mewajibkan setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin dalam pelaksanaan syariah (aturan). Pada hakikatnya tujuan penerapan syariah dalam di bidang muamalah khususnya perilaku bisnis adalah agar mendapatkan rizki yang berkah , sehingga akan dapat mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan ,stabilisasi pemenuhan kebutuhan, tersedianya lapangan kerja, dan distribusi pendapatan yang merata Penerapan

¹⁰ A. Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 12.

etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk kegiatan yang dilakukan oleh para pedagang di pasar.

Sebagaimana diungkapkan oleh Dr. Syahata, bahwa etika bisnis Islam mempunyai fungsi substansial yang membekali para pelaku bisnis, Tujuan umum penerapan etika bisnis Islam adalah merupakan hal yang penting dalam perjalanan sebuah aktivitas bisnis profesional. Diantara beberapa tujuan penerapan etika bisnis adalah sebagai berikut :

1. Kode etik ini menjadi simbol arahan agar pebisnis terhindar dari resiko kerugian dalam berbisnis.
2. Kode etik ini dipersepsikan sebagai dokumen hukum yang dapat menyelesaikan persoalan yang muncul, daripada berurusan dengan pihak pengadilan
3. Kode etik ini dapat dijadikan sebagai dasar hukum dalam menetapkan pertanggungjawaban bagi komunitas pebisnis dan masyarakat di hadapan Allah SWT.
4. Jika terjadi persoalan antara sesama pelaku bisnis dan masyarakat tempat bekerja, Kode etik dapat membantu penyelesaiannya
5. Kode etik ini dapat membangun persaudaraan (ukhuwah) dan kerja sama antara pelaku bisnis.

Dari hal tersebut, penerapan etika bisnis Islam dalam perdagangan sangat urgent, dikarenakan dalam suatu organisasi bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil dan objektif, tidak melakukan kecurangan, tidak ingkar janji serta menghindari sifat tidak terpuji lainnya, sehingga bisnis dapat saling menguntungkan, kedua belah pihak dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli saling membutuhkan.

3. Pemahaman dan Ajaran Etika Bisnis Islam

Etika adalah merupakan ilmu , apa yang baik dan apa yang buruk , tentang kewajiban dan hak . Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat¹¹ Istilah etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standard of conduct*) yang memimpin individu dalam mengambil keputusan,¹² sedangkan bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat.¹³

Bisnis Islam adalah semua aktifitas yang melibatkan penyediaan barang dan jasa yang diperlukan dan diinginkan, baik produksi, distribusi maupun konsumsi yang tidak dibatasi

¹¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 237.

¹² Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* (Bandung: CV. Alfabeta, 2003), h. 52

¹³ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta:Kencana Prenadamedia Group, 2014), h. 3

jumlah kepemilikan harta, dan keuntungan yang didapatkan, tetapi di batasi cara memperolehnya dan pelayanannya dengan istilah halal dan haram.¹⁴ Bisnis artinya usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan bidang usaha.¹⁵ Dalam pengertian yang lebih luas, bisnis diartikan sebagai semua aktivitas produksi perdagangan barang dan jasa yang meliputi usaha pertanian, produksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam membuat dan memasarkan barang dan jasa tersebut ke konsumen.¹⁶

Etika bisnis pertama kali timbul di amerika serikat di tahun 1970an dan cepat meluas kebelahan dunia lain. Dan sesungguhnya pro-kontra tentang pentingnya etika bisnis bagi perusahaan dan individu pebisnis sudah cukup lama terjadi, namun keadaannya semakin meruncing setelah tahun 1970-an dimana penerapan etika dalam bisnis pada saat itu diperdebatkan secara terbuka diberbagai negara khususnya di Amerika Serikat , sedangkan dalam bisnis syariah, etika bisnis telah menjadi kewajiban dimulai sejak masa Rasulullah saw.¹⁷

Etika bisnis akhlak islamiyah ialah sejumlah perilaku etis bisnis, perilaku etis berarti juga perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Pemahaman tentang Etika bisnis telah banyak dibahas dalam berbagai literatur, dimana sumber utamanya adalah Al-Quran dan Sunnah Rasul. Pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kejujuran , keadilan, kepercayaan, merupakan elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari. Istilah bisnis dalam Al-Quran yaitu *al-tijarah* dan *tijarah*, kata dasarnya *tajara*, *tajran wa tijaratan*, yang artinya berdagang atau berniaga. (menurut kamus almunawwir).

Menurut ar-Raghib al-Asfahani dalam al-mufradat fi gharib al-Qur'an , atTijarah bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Dalam Ar-Raghib- Ibnu Farabi , menjelaskan, *fulanun tajirun bi kadza*, artinya individu yang pandai mengetahui arah dan tujuan yang akan diusahakan dalam bisnisnya. Pada dasarnya Bisnis Islam sama dengan bisnis secara umum, hanya saja bisnis Islam harus patuh serta tunduk kepada dasar ajaran Al-Quran, As-Sunnah, Al-Ijma dan Qiyas (Ijtihad) dan memperhatikan batasan yang tertuang dalam sumber tersebut. Terdapat beberapa ayat dalam Al Qur'an yang berbicara mengenai bisnis, diantaranya: An-Nur (37); Fatir (29); As-Shaff (10) dan Al-Jum'ah (11); Al-Baqarah

¹⁴ Mustaq Ahmad, *Business Ethics in Islam* (terj), Samson rahman, (Jakarta; Pustaka al Kautsar, 2001 M), h. 49.

¹⁶ Idri, *Hadist Ekonomi* (Ekonomi Dalam Persepektif Islam Hadis Nabi).(Cet I, Jakarta: Kencana , 2015) h. 325.

¹⁷ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Cet. Ke I, Bndung: Alfa Beta, 2011) h. 8.

(282); An-Nisaa (29); At-Taubah (24); An-Nur (37); Fatir (29). Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), Akan tetapi dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika individu muslim akan dan sedang menjalankan usaha, diantaranya ialah :

1. Siddiq (Jujur/Benar) Jujur nilai dasarnya ialah intergritas, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat urgen dalam hal bisnis,. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiktif dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Selalu bersikap jujur maka akan dicatat oleh Allah sebagai seorang yang jujur sebagaimana Sabda Rasulullah saw yang artinya: Sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan. Dan kebaikan akan mengantarkan ke dalam surga. Seseorang yang berusaha untuk selalu jujur akan dicatat Allah sebagai seorang yang jujur. Dan jauhilah oleh kalian dusta, karena dusta itu akan mengantarkan kepada kejahatan. Dan kejahatan akan mengantarkan ke dalam neraka. Seseorang yang selalu berdusta akan dicatat oleh Allah sebagai pendusta.¹⁸ Oleh karena itu, salah satu karakter pelaku bisnis yang terpenting dan diridhoi oleh Allah ialah kejujuran¹⁹.
2. Menjual barang yang baik Mutunya (*Quality*) Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkesinambungan (*balance*) antara memperoleh keuntungan (*profit*) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. ²⁰Lebih jauh mengejar keuntungan dengan menyembunyikan mutu, identik dengan bersikap tidak adil. Bahkan secara tidak langsung telah mengadakan penindasan terhadap pembeli. Penindasan merupakan aspek negatif bagi keadilan, yang sangat bertentangan dengan ajaran Islam. Penindasan merupakan kezaliman. Karena kezaliman sesungguhnya orang-orang yang berbuat zalim tidak akan pernah mendapatkan keuntungan sebagaimana firmanNya yang Artinya: “Dan dia (Musa) menjawab: Tuhanku lebih mengetahui

¹⁸ Al-Bukhari, *Shahih al-bukhari* (jilid 5, Beirut: Dar Ibn Katsir, 1897 M), h. 2261.

¹⁹A. Darussalam, *Etika Bisnis Dalam Pesepektif Hadis*, (Makassar: Alauddin University Press, 2011) h. 193.

²⁰ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung:Alfabeta, 2009), h. 200.

orang yang (pantas) membawa petunjuk dari sisi-Nya dan siapa yang kan mendapat kesudahan (yang baik) di akhirat. Sesungguhnya orang-orang yang zalim tidak akan mendapat kemenangan”. (QS. Al-Qasas, 28: 37) . Sikap semacam ini antara lain yang menghilangkan sumber keberkahan, karena merugikan atau menipu orang lain yang di dalamnya terjadi eksploitasi hak-hak yang tidak dibenarkan dalam ajaran Islam.²¹

3. Menetapkan Harga dengan Transparan. Menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar supaya tidak terjerumus dalam riba. Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Kendati dalam dunia bisnis kita tetap ingin memperoleh prestasi (keuntungan), Namun hak pembeli harus tetap dihormati. Dalam arti penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli, terlepas apakah ia sebagai konsumen tetap maupun bebas (insidental)²²
4. Menepati Janji. Allah SWT menganjurkan kita selalu menepati janji dalam jual beli dan aktivitas lainnya. Dalam surat Al Maidah ayat 1, yang artinya ; “ Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu” berdasarkan ayat ini maka dapat ditegaskan pentingnya kita menepati janji dalam melakukan perdagangan, dan jangan ingkar terhadap apa yg telah diucapkan.
5. Ramah-tamah. Dalam menjalankan binis, sudah seharusnya pebisnis bersikap ramah . Sesuai sabda nabi Muhammad Saw , “*Allah senantiasa merahmati seorang yang bersikap ramah dan toleran dalam berbisnis*” (H.R. Bukhari dan Tarmizi).
6. Tidak menjual barang yang haram, seperti anjing, babi, ekstasi, minuman keras dan lain sebagainya. Nabi Muhammad Saw bersabda, “*Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis minuman keras, babi, bangkai, serta “patung-patung*” (H.R. Jabir).
7. Kegiatan Ibadah tidak boleh terganggu oleh kegiatan Bisnis. Firman Allah, “*Orang yang tidak dilalaikan oleh bisnis lantaran mengingat Allah, dan dari mendirikan shalat dan membayar zakat. Mereka takut suatu hari , hati serta penglihatan mereka menjadi goyah*”.

4. Upaya Konsistensi Penerapan Etika Bisnis Pedagang Pasar

a. Upaya Pihak Pemerintah

²¹ *Ibid.h.37.*

²² Muhammad Farid dan Amilatuz Zahroh, Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian, Jurnal Iqtishoduna, Vol. 6, No. 2, Oktober 2015, h.17.

Di kalangan sarjana muslim klasik maupun modern serta beberapa orientalis cukup banyak yang telah melakukan kajian tentang lembaga *hisbah* ini. Karya-karya tentang *hisbah* dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu: *pertama*, karya-karya yang memfokuskan pada kajian *hisbah* dan menggunakan judul *hisbah* atau kata lainnya (namun materinya tentang *hisbah*), seperti al-Syaizari, Ibn al-Ukhuwwah, Ibn Bassam, al-Jarsifi, Ibn Taymiyyah, al-Uqbani, Ibn „Abdun, Ibn Abd al-Ra“uf, and al-Saqati.); dan *kedua*, karya-karya *fiqh siyasa* yang memasukkan materi *hisbah* sebagai bagian integral dari kitab yang ditulisnya, seperti al-Mawardi, Abu Ya“la al-Farra, al-Juwaini, dan al-Ghazali.²³

Karya-karya yang ditulis tersebut secara umum menggambarkan peran dan kewajiban *muhtasib* sebagai petugas yang melaksanakan *hisbah* (*officer in charge of alhisbah*) atau mereka menggambarkan secara rinci hal-hal praktis dan teknis pengawasan pasar sebagai pedoman dalam kontrol administrasi pekerjaan (*administrative control of the professions*), dan terutama kualitas dan standar produk (*product quality and standard*). *Hisbah* menjadi institusi penting dalam negara Islam sebagai sebuah departemen yang menjalankan fungsi pemerintahan dalam mengontrol kehidupan sosial dan ekonomi secara komprehensif pada bidang perdagangan dan praktek-praktek ekonomi. Ketika, kemudian, inspektur pasar ini berubah menjadi *muhtasib*, dengan kantornya yang digambarkan sebagai bagian dari institusi keagamaan, terutama direlasikan dengan fungsi ajaran al-Quran, yaitu "memerintah yang baik dan mencegah yang buruk" (*al-amr bi al-ma'ruf wa nahy „an al-munkar*). Fungsi utamanya tetap sebagai inspektur pasar, tetapi *muhtasib* dibentuk sebagai langkah transformasi dengan peran keagamaan, yang tentunya mewujudkan tujuan keagamaan itu sendiri²⁴ peran *sahib al-suq* yang berubah menjadi *muhtasib*. Institusi *hisbah* ini memiliki kekuatan besar, tetapi pada bidang yang terbatas saja, yaitu berkaitan dengan tindak kejahatan kecil dalam kehidupan pasar. Namun demikian, posisi lembaga ini memiliki tanggung jawab besar dalam melakukan kontrol terhadap tingkat kejujuran para pelaku pasar, yang pada akhirnya dapat menciptakan keseimbangan pasar itu sendiri.

Dalam tradisi Islam bentuk karya-karya ulama dapat dispesialisasikan, termasuk juga literatur tentang *hisbah*, suatu lembaga pemerintah yang memiliki

²³ Adiwarmam A.Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* (Jakarta:Raja Grafindo Persada:2004)

²⁴ S.D. Goitein, *Studies in Islamic History and Institutions* (Leiden: University of Leiden, 1968), Chapter XI, "The Rise of the Middle Eastern Bourgeoisie in Early Islamic Times", 217-241.

fungsi kontrol khususnya perilaku seseorang terkait dengan moral, agama dan ekonomi, dan secara umum dalam wilayah kolektif atau kehidupan publik (*the areas of collective or public life*), untuk menegakkan keadilan dan kebenaran (*justice and righteousness*) berdasarkan prinsip-prinsip Islam dan kebiasaan atau adat istiadat yang baik sesuai dengan waktu dan tempat. Lembaga ini juga memiliki kantor yang berperan dalam mengontrol pasar dan perilaku moral.²⁵

b. Upaya Pihak Pedagang

Etika bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasiskan Quran dan Hadis yang harus dijadikan pedoman oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Ketika seorang muslim menjalankan aktivitas ekonomi tidak berpegang teguh terhadap Quran dan Hadis maka akan terjadi kerusakan dalam aktivitas ekonomi, orang tidak akan peduli dengan halal dan haramnya sesuatu.

Oleh karena itu, agar dapat menjalankan etika bisnis Islam yang berlandaskan Quran dan Hadis, pedagang disamping berikan kebebasan (*freewill*), hendaknya pedagang memperhatikan Keesaan Tuhan (*tauhid*), Prinsip Keseimbangan (*tawazun=balance*), Keadilan (*qist*). Disamping Tanggung jawab (*responsibility*) yang akan diberikan di hadapan Tuhan.²⁶ Selain dari itu, para pedagang/produsen semestinya telah memahami hal-hal apa saja yang menjadi hak dan kewajiban mereka dalam jual beli.

Berikut **Hak Produsen/ (pelaku usaha/wirausahawan)** :²⁷

1. Memiliki Hak menerima pembayaran sesuai kesepakatan tentang kondisi dan nilai tukar barang dan jasa yang diperdagangkan.
2. Memiliki Hak mendapatkan perlindungan hukum atas tindakan tidak baik dari konsumen
3. Memiliki Hak melakukan pembelaan diri dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
4. Jika terbukti secara hukum, kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan jasa yang diperdagangkan, maka produsen memiliki hak mendapat rehabilitasi nama baik

²⁵ Nicola Ziadeh, *al-Hisbah wa al-Muhtasib fi al-Islam* (Beirut: Catholic Press, 1963), h.32.

²⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: Penerbit UIN-Malang Press, 2007), h.9.

²⁷ http://putama.blogspot.co.id/2012/11/hak-dan-kewajiban-konsumen-dan-produsen_29.html, Diakses Tgl 1 January 2018

Kewajiban produsen/pelaku bisnis adalah sebagai berikut :²⁸

1. Memperlakukan konsumen dalam pelayanan secara baik , benar dan jujur serta tidak diskriminatif
2. Barang dan jasa yang diproduksi atau diperdagangkan dijamin berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku
3. Memberi kesempatan kepada para konsumen untuk mencoba dan menguji barang atau jasa yang dibuat atau diperdagangkan
4. Beritikad baik dalam kegiatan usahanya
5. Memberikan informasi yang jelas dan benar mengenai kondisi jaminan barang dan jasa serta memberikan penjelasan cara penggunaan, pemeliharaan dan perbaikan
6. Memberi kompensasi ganti rugi jika barang dan jasa yang diterima tidak sebagaimana yang diperjanjikan

c. Upaya Pihak Pembeli

Seorang pebisnis diarahkan selalu memperhatikan kepentingan *stakeholder* dalam melakukan bisnisnya. *Stakeholder* merupakan kelompok gabungan antara internal dan eksternal. Kelompok eksternal terdiri dari konsumen ,investor, dan masyarakat yang bukan konsumen serta distributor. Sementara kelompok internal terdiri dari manajer, pemilik perusahaan, serta karyawan. Perhatian terhadap kepentingan *stakeholder* dalam interaksi bisnis akan menguntungkan pebisnis itu sendiri seperti terhindar dari penipuan, perusakan lingkungan dan lain sebagainya.

Berikut hak dan kewajiban konsumen atau pembeli yang mesti diketahui :²⁹

1. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan barang dan jasa
2. Hak memilih barang dan jasa serta mendapatkannya sesuai dengan kondisi dan nilai tukar sebagaimana yang dijanjikan
3. Dalam mengkonsumsi barang dan jasa konsumen mendapatkan hak atas keamanan, kenyamanan dan keselamatan sebagaimana yang dijanjikan
4. Hak didengar keluhan dan pendapat terhadap barang dan jasa yang digunakan .
5. Dalam penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, konsumen mendapat hak mendapat advokasi dan perlindungan

²⁸ *Ibid.*

²⁹ <https://www.slideshare.net/dinnieRahmi/hak-kewajiban-konsumen-dan-produsen-sesuai-dengan-etika-bisnis>, Diakses Tgl 1January 2018.

6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Jika barang ataupun jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian dan tidak sebagaimana mestinya, konsumen mendapat hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi dan penggantian .

Kewajiban konsumen atau pembeli :

1. Dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa memiliki itikad yang baik
2. Membayar barang dan jasa sebagaimana nilai tukar yang telah disepakati
3. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut
4. Membaca petunjuk informasi serta prosedur pemakaian barang dan jasa untuk keamanan dan keselamatan .

5. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pedagang di pasar lambaro kebanyakan telah berjualan disana kurang lebih 1-10 tahun. 90 % para pedagang memiliki pengetahuan agama yang diperoleh melalui pendidikan informal (pengajian) selama mengikuti pendidikan informal yang diperoleh melalui pengajian-pengajian yang disampaikan oleh ustadz dan membaca buku agama lainnya. Dari sisi modal , 70% dari pedagang memiliki modal dibawah 100 juta.

Bedasarkan penelitian yang dilakukan didapati hanya 45 % pedagang yang selalu jujur dalam timbangan . Dalam penjualan barang yang halal didapati 90 % dari pedagang yang berjualan di pasar lambaro selalu menjual barang yang halal dan sesuai dengan tuntunan Islam. Namun demikian masih didapati 10% pedagang yang menjual barang haram seperti minuman memabukkan dengan cara sembunyi. Untuk penjualan barang yang baik kualitasnya, 45% pedagang menjawab telah mengutamakan kualitas barang, sisanya menjual barang kualitas nomor dua mengikut keadaan ekonomi konsumen.

Sebanyak 40 % menyatakan selalu tidak menyembunyikan cacat barang dalam jual beli, sebagian lagi menyatakan jarang tidak menyembunyikan cacat barang dalam jual beli hal ini dilakukan oleh pedagang buah-buahan, dan juga ikan yang selalu menunjukkan serta menyuguhkan buah yang manis kepada pembeli untuk dirasakan, tetapi setelah sampai di rumah kadang-kadang buah yang dibeli tersebut ternyata tidak manis. Begitu halnya dengan ikan yang sudah yang sudah disusun sedemikian baik, sehingga nampak baru seperti baru

diambil, akan tetapi begitu sampai ke rumah, ikan tersebut sudah hampir busuk bahkan busuk.

Sebanyak 70% pedagang di pasar lambaro selalu menepati janji dalam jual beli. Menepati janji merupakan kunci keberhasilan dan membuat orang lebih percaya kepada kita, untuk itu perlu dijaga oleh para pedagang. Apabila pedagang tidak menepati janji tentu saja akan dapat menghilangkan kepercayaan para pelanggannya. Walaupun kadang-kadang harus mengantarkan barang ke rumah atau ke tempat tujuan pembeli.

60% pedagang di pasar lambaro telah melaksanakan kewajiban mengeluarkan zakat yang sudah sampai nisabnya. Karena pedagang tersebut yakin bahwa di dalam harta yang dimilikinya terdapat hak orang lain yang harus dikeluarkan berupa zakat sebagai pembersih harta. Sebagian lagi para pedagang tidak pernah mengeluarkan zakat, hal ini dikarenakan mereka beralasan bahwa harta yang ada sudah habis untuk dijadikan modal, dan jarang sekali memegang uang yang tetap dengan jumlah yang besar.

Dalam menjalankan perintah ibadah shalat, 80 % responden menyatakan tidak pernah lalai dalam menjalankan perintah Allah pada waktu jual beli di pasar berlangsung hal ini dikarenakan waktu shalat dzuhur sangat panjang, disamping itu pula adanya karyawan dan keluarga ikut mendukung terlaksananya ibadah shalat, apabila terdengar suara azan dikumandangkan pertanda perintah Allah sudah masuk, maka pedagang langsung menuju masjid atau mashalla untuk melaksanakan shalat.

Untuk keramahan dalam berdagang, 70% para pedagang di pasar lambaro menyatakan selalu ramah dalam berjualan. Hal ini wajar, karena apabila seorang pedagang tidak ramah kepada konsumen tentu sangat merugikan pedagang itu sendiri, karena konsumen adalah raja yang dapat berpindah setiap saat kepada pedagang lain. Sebagian dari mereka bersikap kurang ramah ditampakkan sesekali terhadap pembeli yang bertele-tele dalam penawaran.

Dari data yang didapat sebanyak 90% persen pedagang mengaku selalu sabar dalam jual beli meskipun pembeli membongkar-bongkar barang dagangan, kemudian membatalkan akad jual beli tanpa alasan yang jelas, sebagian pedagang sudah teruji kesabaran menghadapi tingkah laku pembeli yang cerewet.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebahagian pedagang di pasar lambaro tidak dapat berlaku jujur dalam menjalankan bisnisnya khusus dalam penentuan mutu barang, dan penetapan timbangan. Penentuan mutu barang dagangan sebagai objek jual beli bisa menjadi salah satu sarana penipuan oleh penjual, modusnya adalah dengan jalan memanipulasi kualitas atau mutunya. Misalnya pedagang buah-buahan ingin memikat calon pembelinya

dengan jalan menyuguhkan sampel yang baik dan manis untuk dicicipi , namun pada kenyataannya barang yang diberikan (dibeli) tidak seperti sampel sebelumnya.

Begitu juga halnya dengan pedagang Ikan, yang berusaha memoles jualannya biar selalu tampak segar, padahal ikan yang dijual sudah tidak baru lagi bahkan tidak layak konsumsi. Alasan yang digunakan karena apabila ikan yang segar dijual maka harus menjualnya dengan sangat mahal dan para pembeli pun tidak mau membeli ikan yang mahal karena rata-rata para pembeli adalah dari kalangan ekonomi menengah ke bawah.

Hal ini bertentangan dengan prinsip transaksi jual beli Islami , dimana seorang pedagang seharusnya dapat dipercaya, tulus dan jujur. Karena sikap tulus dan jujur tidak saja di anjurkan, namun juga diperintahkan dalam al Quran.³⁰ Dalam kaitan ini Imam al-Ghazali menegaskan: “Penjual tidak boleh menyembunyikan harga yang sebenarnya berlaku pada saat itu, atau menyembunyikan sesuatu tentang barang dagangannya yang seandainya pembeli mengetahui niscaya si pembeli tidak akan membeli.”³¹

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pedagan di pasar Lambaro , sebahagian masih berlaku curang dalam hal timbangan. Pengurangan timbangan yang mereka lakukan bervariasi dan alasannya pun berbeda-beda . Biasanya praktik seperti ini banyak dilakukan oleh para pedagang ikan dan alat-alat dapur (cabe, bawang dan lainnya) . Contoh praktek kecurangan antara lain;

1. Barang yang dijual berkualitas baik, maka timbanganya diturunkan, supaya mendapatkan keuntungan ganda, satu dari harga dan satu lagi dari timbangan. Alasan dilakukannya ini karena para pembeli biasanya keliling dahulu untuk menawari barang-barang yang ingin dibeli, sehingga ketika dia sudah tahu semua harga barang, maka kebiasaan mereka akan mendatangi barang berkualitas baik apabila harganya sama.³²
2. Menjual barang dengan harga yang murah dari pasaran pada umumnya, akan tetapi timbangannya sudah diturunkan juga, alasannya juga sama seperti di atas, hanya saja para pembeli akan lebih banyak mendatangi harga yang lebih murah.³³
3. Menjual barang dengan harga standar, akan tetapi memberikan barang yang lebih dari pertimbangan. Misalnya ketika pembeli membeli ikan 1 kg, maka akan dinaikkan sampai 1 atau 2 ons. Padahal timbangannya memang sudah dimanipulasi , sehingga

³⁰ Alwi Sihab, *Islam Inklusif, Menuju sikap Terbuka dalam Beragama* (Bandung ,Mizan ,1998).h.174.

³¹ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (ter).KH.Didin Hafidhuddin, dkk), (Jakarta:Robbani Press,1995)h.164.

³² Hasil Wawancara dengan salah seorang pedagang di Pasar Lambaro Tgl 1 Desember 2017

³³ Hasil Wawancara dengan salah seorang pedagang di Pasar Lambaro Tgl 12 January 2018

kalaupun ikan tersebut ditimbang pakai kiloan yang standar, maka tetaplah 1 kg atau malahan tidak sampai

Dalam kaitan dengan manipulasi ketiga implikasi di atas Imam al-Ghazali menyatakan: Larangan-larangan bahwa penjual tidak menyembunyikan harga yang sebenarnya berlaku pada saat itu atau menyembunyikan sesuatu tentang barang dagangan yang seandainya pembelinya tahu apa yang disembunyikan tersebut niscaya ia tidak akan membelinya, karena itu perbuatan manipulasi dan haram dan bertentangan dengan prinsip kejujuran.

Pemda Aceh Besar terkesan belum maksimal dalam mengawasi jalannya kegiatan jual beli di pasar tradisional Lambaro . Belum ada peraturan hukum yang jelas terkait aturan etika pedagang Islami di lokasi tersebut . Tidak ketahu dengan jelas struktur organisasi pasar tersebut, sehingga tidak diketahui siapa ketua pasarnya bahkan pengawasannya pun tidak ada. Kalaupun sidak dilakukan tidak secara berkala, kebanyakan dilakukan menjelang hari hari raya besar Islam.³⁴

Para pedagang yang berjualan di pasar lambaro umumnya berpendidikan tingkat SD , boleh jadi rendahnya pengetahuan yang dimiliki hal ini mengakibatkan lemahnya penerapan etika bisnis Islam. Dan tidak tertutup kemungkinan para pedagang dipengaruhi oleh penyakit dunia, artinya supaya cepat kaya para pedagang tersebut melakukan jalan yang dilarang oleh agama, yang kadangkala mereka juga mengetahuinya.

Pada umumnya pembeli (konsumen) di Aceh besar adalah muslim, namun dalam hal ini mereka menganggap bahwa proses jual beli yang terjadi sudah menjadi kebiasaan dan mereka menganggap bukan sebuah persoalan yang mesti ditindaklanjuti. Karena dalam proses dagang menurut mereka kecurangan timbangan, bersumpah dan penipuan dalam hal ini percampuran barang yang berkualitas baik dan buruk merupakan suatu kebiasaan yang sering dipraktikkan dalam dunia pasar.

Kesimpulan

Hasil penelitian, mendapati 45% pedagang pasar lambaro telah berlaku jujur dalam timbangan, 40% tidak menyembunyikan cacat barang, 45% menjual barang yang berkualitas, 70% tepat janji dalam berbisnis, 90% pedagang sabar dalam melayani pembeli, 70% pedagang ramah dalam melayani, 90% pedagang menjual barang yang halal, 80% pedagang tidak meninggalkan ibadah shalat ketika berbisnis, 60 % pedagang lambaro melaksanakan zakat yang diwajibkan kepada mereka. Dari uraian diatas, indikator kejujuran , tidak

³⁴ Hasil Wawancara dengan salah seorang pedagang dan Pegawai Pemda di Pasar Lambaro Tgl 12 Mei 2017

sembunyikan cacat barang, menjual barang yang berkualitas , prosentase rata-ratanya masih dibawah 50%. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan indikator etika bisnis kejujuran, menjual barang berkualitas, sembunyikan cacat barang merupakan suatu hal yang agak sulit dipraktikkan oleh para pedagang. Berbeda dengan indikator etika bisnis lainnya seperti ketepatan dalam berjanji, sabar, ramah , berzakat, ibadah shalat , rata-rata diatas 50% pedagang dapat melaksanakan etika tersebut dengan baik. Pemerintah daerah setempat, belum menjalankan peran pentingnya dalam menata dan mengelola pasar tradisional lambaro secara maksimal, terutama dalam memantau dan mengawasi jalannya penerapan etika bisnis pedagang.

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. Penerapan Etika bisnis Islam oleh para pedagang bukan untuk mendapatkan profit semata sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapat keberkahan dan keridhaan dari Allah swt atas apa yang diusahakan.

Diperlukan komitmen pemerintah daerah dalam mengatur dan mengawasi operasional pasar sebagaimana yang pernah dipraktikkan dalam sejarah Islam. Pemerintah dapat membentuk lembaga pengawas pasar yang bekerjasama dengan organisasi pasar yang diketuai oleh salah seorang pedagang pasar. Lembaga pengawas dan organisasi pasar secara bersama-sama akan mengawasi kegiatan operasional pasar lambaro, baik dari segi kebersihan, keamana, pasokkan barang termasuk memastikan adanya penerapan etika bisnis bagi para pedagang termasuk menindak lanjuti segala bentuk pelanggaran yang terjadi di pasar.

Diharapkan kepada para pedagang di pasar lambaro untuk mendalami wawasan seputar etika bisnis , hak kewajiban seorang pedagang untuk kemudian menerapkannya dengan penuh kesadaran ,keikhlasan dalam berbisnis yang beretika Islami. Hal yang sama diharapkan juga kepada para pembeli agar supaya tidak membiarkan praktik-praktik yang selalu dilakukan oleh para pedagang yang curang, hal ini bertujuan untuk mencegah kekacauan sistem pasar yang berterusan. Bersamaan dengan itu juga, para pembeli sudah semestinya memahami hak serta kewajibannya selaku konsumen dalam praktik jual beli bisnis Islami.

Daftar Pustaka

- Amin, A. Riawan, *Menggagas Manajemen Syariah* , Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Alma, Buchari, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam* , Bandung: CV. Alfabeta, 2003.
- Aedy, Hasan, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Cet. Ke I, Bandung: Alfa Beta, 2011.
- Al-Bukhari, *Shahih al-bukhari* jilid 5, Beirut: Dar Ibn Katsir, 1897 M.
- Alma, Buchari dan Priansa, Donni Juni *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung:Alfabeta, 2009.
- Ahmad, Mustaq, *Business Ethics in Islam*, terj, Samson rahman, Jakarta: Pustaka al Kautsar, 2001 M.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*.
- Darussalam, A, *Etika Bisnis Dalam Pesepektif Hadis*, Makassar: Alauddin University Press, 2011.
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* ,Malang:Penerbit UIN-Malang Press,2007.
- Fauzia, Ika Yunia, *Etika Bisnis Dalam Islam* ,Jakarta:Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Farid, Muhammad dan Zahroh, Amilatuz Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian, *Jurnal Iqtishoduna*, Vol. 6, No. 2, Oktober 2015.
- Goitein, S.D, *Studies in Islamic History and Institutions* ,Leiden: University of Leiden, 1968, Chapter XI, “*The Rise of the Middle Eastern Bourgeoisie in Early Islamic Times*”,217-241.
- Idri, *Hadist Ekonomi Ekonomi Dalam Persepektif Islam* ,Cet I, Jakarta: Kencana , 2015.
- Islahi, A, *Konsep Ekonomi Ibnu Taymiyah*, terj.Anshari Thayyib, Surabaya: Bina Ilmu, 1997.
- Kadir,A, *Hukum Bisnis Syariah dalam al-Quran*, Jakarta:Penerbit Amzah,2010.

- Karim, Adiwarmarman A, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* , Jakarta:Raja Grafindo Persada:2004.
- Mz, Labib, *Etika Bisnis dalam Islam*, Surabaya:Bintang Usaha Jaya,2006.
- Moeleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif* , Bandung:Rosdakarya,2002.
- Qardhawi, Yusuf, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* ,(terj).KH.Didin Hafidhuddin, dkk, Jakarta:Robbani Press,1995.
- Sunggono,Bambang, *Metodologi Penelitian Hukum* , Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 1997.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* , Bandung:Alfabeta,2007.
- Sihab, Alwi, *Islam Inklusif, Menuju sikap Terbuka dalam Beragama* , Bandung :Mizan ,1998.
- Untung, Budi, *Hukum dan Etika Bisnis* ,Yogyakarta:Penerbit Andi Yogyakarta,2012.
- Ziadeh, Nicola, *al-Hisbah wa al-Muhtasib fi al-Islam* , Beirut: Catholic Press, 1963.
- Hasil Wawancara dengan salah seorang pedagang di Pasar Lambaro Tgl 1 Desember 2017.
- Hasil Wawancara dengan salah seorang pedagang di Pasar Lambaro Tgl 12 January 2018.
- <http://www.dpd.go.id/artikel-957-peran-pasar-tradisional-sebagai-pondasi-dasar-ekonomi-kerakyatan>, Diakses Tgl 15 November 2017.
- http://putama.blogspot.co.id/2012/11/hak-dan-kewajiban-konsumen-dan-produsen_29.html, Diakses Tgl 1 January 2018.
- <https://www.slideshare.net/dinnieRahmi/hak-kewajiban-konsumen-dan-produsen-sesuai-dengan-etika-bisnis>, Diakses Tgl 1January 2018.
- [www./http.gatra.com](http://gatra.com) Saturday.com,9 July 2005, Diakses pada tanggal 9 November 2016.