

ETIKA BISNIS SYARIAH: STUDI KASUS PADA WARUNG SEMBAKO KELURAHAN BINONG KABUPATEN TANGERANG

Nur Jamaludin¹, Yuliani Nursakinah²

Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Islamic Village, Tangerang
email: nurjamaludin@gmail.com

Article History

Received: 30 November 2021 Revised: 18 February 2022 Accepted: 18 March 2022

Abstract

The aims of this research are to find out the implementation of Sharia Business Ethics to the staple food's trader in Binong's Village, Curug's Sub-District, Tangerang Regency, Banten. The research method used in this research is an interactive qualitative method. The informants in this research were obtained by using quota sampling technique. The research result is showing that the comprehension's the staple food's trader in Binong's Village about Sharia Business Ethics is optimal yet. The majority of staple food's trader in Binong's Village already implemented Sharia Business Ethics with kind, and impact of the implemented Sharia Business Ethics to income's staple food's trader in Binong's Village is directly proportional.

Keywords: Sharia Business Ethics, Staple Food's Trader, Binong's Village.

JEL Classification: D0, D01

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan Etika Bisnis Syariah pada pedagang sembako di Desa Binong, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang, Banten. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif interaktif. Informan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik quota sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman pedagang sembako di Desa Binong tentang Etika Usaha Syariah belum optimal. Mayoritas pedagang sembako di Desa Binong sudah menerapkan Etika Usaha Syariah dengan baik, dan dampak penerapan Etika Usaha Syariah terhadap pendapatan pedagang sembako di Desa Binong berbanding lurus.

Keywords: Etika bisnis syariah, warung sembako, kelurahan Binong

JEL Classification: D0, D01

1. PENDAHULUAN

Setiap manusia diharuskan untuk memiliki perilaku yang baik dalam melaksanakan segala urusan di berbagai bidang kehidupan, baik terhadap Rabb-Nya maupun sesamanya. Perilaku inilah yang disebut dengan etika. Pelaksanaan etika tidak hanya terdapat dalam bidang ibadah, namun juga dalam bidang bisnis perdagangan. Perdagangan dalam pandangan Islam merupakan aspek kehidupan yang di kelompokkan ke dalam masalah *muamalah*, yakni masalah yang berkenaan dengan hubungan *horizontal* dalam kehidupan manusia. Sekalipun sifatnya adalah hubungan yang *horizontal* namun sesuai dengan ajaran Islam, rambu-rambunya mengacu kepada Al-Qur'an dan Hadis (Khalifah, 2012).

Oleh sebab itu, setiap transaksi dalam bisnis membutuhkan sebuah etika. Adanya etika, segala kegiatan transaksi yang dilaksanakan tidak akan *mendzhalimi* salah satu pihak. Adanya etika, seseorang akan memperoleh keuntungan dan juga keberkahan. Adanya etika dalam dunia bisnis perdagangan telah terbukti memberikan *win win solution* kepada kedua belah pihak sehingga terwujudlah kemaslahatan umat. Berdasarkan hasil observasi dan investigasi yang dilakukan oleh peneliti ke beberapa warung sembako Kelurahan Binong Kabupaten Tangerang dalam rangka riset pendahuluan (*preliminary research*), ditemukan beberapa kasus yang terindikasi melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis syariah, diantaranya; kasus pertama mengenai penipuan kualitas beras yang tidak sesuai dengan harga beras, kasus kedua mengenai penipuan kualitas cabai rawit merah yang rendah dengan harga jual yang tinggi, kasus ketiga mengenai penipuan kualitas tempe yang lebih banyak mengandung jagung dibandingkan kacang kedelai, kasus keempat mengenai pedagang sembako yang berkata dusta terhadap pembelinya dalam hal pemberian informasi kualitas dan harga barang sembako, serta kasus kelima mengenai tindakan kecurangan timbangan yang dilakukan oleh salah satu pedagang sembako. Temuan-temuan tersebut berhasil peneliti peroleh melalui teknik pengamatan, survei, dan wawancara langsung kepada pedagang sembako dan beberapa konsumen warung sembako Kelurahan Binong Kabupaten Tangerang.

Peneliti semakin termotivasi untuk melaksanakan penelitian ini karena adanya beberapa penelitian terdahulu yang juga melakukan penelitian di bidang Etika Bisnis Syariah namun dengan perbedaan objek penelitian yang signifikan. Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilaksanakan diantaranya; penelitian yang dilaksanakan oleh Muhammad Ersya Faraby dan Siti Inayatul Faiza (2014) mengenai Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Pusat Grosir Surabaya Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pedagang etnis Madura telah menerapkan etika bisnis Islam di Pusat Grosir Surabaya; penelitian oleh Elida Elfi Barus

dan Nuriani (2016) mengenai Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Rumah Makan di Medan yakni, Rumah Makan Wong Solo yang dinilai cukup baik dalam menerapkan etika bisnis Islam.

Adapun penelitian oleh Irna Sari (2017) mengenai Penerapan Etika Bisnis Islam Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus Pasar Butung Makassar), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang muslim di Pasar Butung Makassar dalam persaingan usaha telah menerapkan etika bisnis Islam; penelitian oleh Lalu Muh. Shabiran, Titiek Herwanti, dan Ihsan Rois (2017) mengenai Etika Bisnis Pedagang Pada Jual Beli Telepon Genggam Bekas Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang yang berlokasi di Kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur belum menerapkan etika bisnis sesuai ajaran Rasulullah saw; dan penelitian oleh Hapsar Jaya (2018) mengenai Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Strategi Pemasaran Produk Roti Mantao (Studi Toko Sinar Terang Parepare), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam telah dilaksanakan melalui kegiatan strategi pemasaran Produk Roti Mantao.

Tidak hanya itu, peneliti juga telah melakukan observasi dan investigasi dengan temuan beberapa kasus yang terindikasi melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai etika bisnis syariah, diantaranya; kasus pertama, mengenai Penjual A yang menjual beras dengan harga Rp. 10,000,- dengan kualitas beras terbaik (berasnya pulen, hanya sedikit air, lembut, dan putih bersih). Sementara Penjual B menjual beras dengan harga Rp. 10,000,- namun dengan kualitas beras yang rendah (berasnya pera, walaupun sudah menggunakan banyak air, saat dimasak tetap keras). Akibatnya pihak konsumen mengalami kerugian karena ia telah begitu percaya dengan Penjual B tersebut, ia telah membeli beras dalam jumlah yang cukup banyak. Ketika kepercayaan seseorang telah dihancurkan, maka orang tersebut tidak akan dapat kembali membangun kepercayaan yang sama. Seperti halnya dengan Penjual B yang akhirnya mengalami penurunan tingkat konsumen di pasar secara bertahap.

Kasus berikutnya, seorang pedagang sembako telah berkata dusta kepada pembelinya. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya ketidaksamaan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh seorang pembeli. Pada saat pembeli melakukan observasi, pedagang sembako menyampaikan bahwa kualitas beras yang dijual merupakan kualitas beras terbaik (pulen), namun ketika pembeli sampai di rumah dan memasak beras tersebut, ternyata kualitas beras yang dibelinya adalah kualitas beras yang buruk (pera). Esok harinya, pembeli berupaya untuk melakukan *crosscheck* dengan mewawancarai pedagang sembako tersebut dan hasil wawancara

menunjukkan bahwa pedagang sembako telah berkata dusta, dengan menyampaikan bahwa ia akan mengatakan kualitas yang benar terhadap pembeli dan realitanya, ia telah mengingkari dengan tidak mengatakan kualitas beras yang sesungguhnya kepada pembeli.

Contoh kasus lainnya, terdapat penjual telur ayam yang melakukan kecurangan pada timbangan di Kelurahan Binong, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. Seorang pembeli memaparkan bahwa dirinya pernah membeli sekilo telur ayam pada penjual tersebut. Namun, sesampainya ia di rumah, ia melakukan pengecekan kembali atas telur yang telah dibelinya. Hasilnya menyatakan bahwa telur yang ia beli sekilo ternyata hanya berukuran 0,8 kilo atau setara dengan 800 gram. Padahal dalam Islam telah jelas bahwa Allah SWT telah memberikan anjuran bagi seluruh hamba-Nya untuk memiliki perilaku adil dan seimbang.

Tindakan pedagang yang melakukan kecurangan dapat memperoleh hukuman pidana sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Bagian Divisi Hubungan Masyarakat Polisi Republik Indonesia Komisaris Besar Polisi Asep Adi Saputra, telah menegaskan dan mengingatkan bahwa pedagang yang curang akan dikenai tindak hukum pidana yaitu, terkait dengan aturan Perlindungan Konsumen yang termuat dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999. Undang-undang tersebut berisikan aturan mengenai hak-hak konsumen, yang salah satunya yaitu; hak atas informasi yang jujur, benar, serta jelas mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Penjual yang terbukti berbuat curang tidak termasuk dalam kategori tindak pidana ringan, namun dapat dikenakan ancaman hukuman penjara dengan waktu lebih dari lima tahun.

Berdasarkan beberapa contoh kasus tindakan pedagang yang tidak sesuai dengan nilai-nilai etika beserta undang-undang yang berkaitan dengan kasus tersebut, dapat diketahui bahwa penerapan etika bisnis syariah menjadi sangat penting terutama dalam kegiatan transaksi berdagang. Dengan demikian, peneliti berminat untuk melakukan penelitian terhadap pedagang sembako di wilayah Kelurahan Binong, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang, Banten. Sehingga judul yang peneliti pilih yakni; “Etika Bisnis Syariah: Studi Kasus pada Pedagang Sembako Kelurahan Binong Kabupaten Tangerang.

Penelitian ini menjadi sangat penting, sebab penelitian dengan tema etika bisnis syariah selama ini lebih cenderung membahas dan mengevaluasi penerapan etika bisnis syariah yang hanya berdasarkan pada indikator 4 (empat) sifat Rasulullah saw. Oleh sebab itu, penelitian ini berusaha untuk mengkaji analisis etika bisnis syariah dalam cakupan yang lebih luas yakni, diantaranya; pemahaman etika bisnis syariah, penerapan etika bisnis syariah, dan dampak penerapan etika bisnis syariah dengan 10 (sepuluh) indikator yakni, diantaranya; ikhlas, jujur, amanah, adil, bekerja keras, kerjasama, murah hati, sederhana, menjual produk yang halal dan

berkualitas baik, serta bersaing secara sehat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Latar Belakang Teori

Etika Bisnis Syariah

Pengertian etika yang terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, memiliki makna sebagai ilmu mengenai segala bentuk perbuatan yang bernilai baik maupun segala bentuk perbuatan yang bernilai buruk, serta mengenai hak dan kewajiban moral (akhlak). Supratman Stukur menyampaikan bahwa, etika dihubungkan dengan tiga perbedaan yang berarti merupakan pola umum atau jalan hidup, seperangkat aturan atau kode moral, dan penyelidikan tentang jalan hidup dan aturan-aturan perilaku, atau merupakan penyelidikan filosofis tentang hakekat dan dasar-dasar moral (Sari, 2017). Griffin dan Ebert menyampaikan, etika merupakan keyakinan mengenai tindakan yang benar dan yang salah, atau tindakan yang baik dan yang buruk, yang mempengaruhi hal lainnya (Budiyanto, 2017).

Pengertian bisnis yang terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, memiliki makna; usaha yang memberikan keuntungan atau bidang usaha atau usaha dagang. Mahmud Machfoedz menjelaskan bahwa, bisnis adalah usaha perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Sogiri, 2019). Skinner menyampaikan, bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat (Riyadi, 2015).

Badroen menyampaikan, etika bisnis berarti seperangkat bisnis dan norma di mana para pelaku bisnis harus komitmen kepadanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Etika bisnis juga dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis yaitu refleksi mengenai perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas dari pelaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja (Hulaimi, 2017).

Adapun etika bisnis syariah adalah tatanan mengenai keseluruhan nilai dan norma yang digunakan dalam melaksanakan bisnis dengan berdasarkan ajaran agama Islam, yang bersumber pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Ajaran agama Islam merupakan dasar utama bagi pelaku bisnis dalam melaksanakan tindakan bisnis yang dapat menjamin terlindungnya hak serta kepentingan setiap pelaku bisnis. Sumber utama etika bisnis; Al-Qur'an telah memberikan tuntutan konsep keadilan, perlindungan akan manusia, kebebasan yang bertanggung jawab dan lain sebagainya

(Margiono, 2014; Maulidya, Kosim, & Devi, 2019; Wati, Arif, & Devi, 2022).

Berdasarkan definisi tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa etika bisnis syariah merupakan seluruh aturan dan ketentuan mengenai perilaku seseorang kepada orang lain dalam melaksanakan kegiatan bisnis yang berlandaskan sesuai dengan prinsip syariah dan nilai-nilai syariah, dengan bertujuan untuk mencapai kemaslahatan umat.

Bentuk-bentuk Etika Bisnis Syariah

Bentuk-bentuk etika bisnis syariah merupakan perilaku yang telah diperintahkan oleh Allah SWT sebagai petunjuk bagi pelaku bisnis muslim untuk memperoleh keuntungan duniawi dan *ukhrawi*, yang termuat di dalam Al-Qur'an. Etika bisnis syariah juga telah diterapkan oleh Rasulullah saw sebagaimana terdapat dalam hadis-hadis Rasulullah saw. Berikut merupakan uraian mengenai bentuk-bentuk etika bisnis syariah beserta dengan landasan hukum-nya, yakni:

a. Ikhlas

Islam menganjurkan seseorang untuk dapat bersikap ikhlas. Ikhlas dalam hal ini bukan berarti hanya diucapkan oleh lisan semata, tetapi lebih terhadap perbuatan yang mau menerima dengan lapang setiap keadaan bisnis yang sedang ia jalankan. Hal tersebut telah ditegaskan Allah SWT pada al-Qur'an surah al-A'raf ayat 29 mengenai perintah berbuat adil serta melaksanakan segala ibadah semata-mata hanya untuk Allah SWT.

قُلْ أَمَرَ رَبِّي بِإِقْسَاطٍ وَأَقِيمُوا وُجُوهَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَادْعُوهُ مُخْلِصِينَ
لَهُ الدِّينَ كَمَا بَدَأَكُمْ تَعُودُونَ ﴿٢٩﴾

Artinya: “Katakanlah; “Tuhanku menyuruhku berlaku adil. Hadapkanlah wajahmu (kepada Allah) pada setiap shalat, dan sembahlah Dia dengan mengikhlaskan ibadah semata-mata hanya kepada-Nya. Kamu akan dikembalikan kepadanya sebagaimana kamu diciptakan semula” (QS. Al-A'raf: 29).

b. Jujur

Kejujuran merupakan kunci utama dalam segala bidang kehidupan termasuk dalam bidang bisnis. Seorang pelaku bisnis yang memiliki etika bisnis syariah akan menjunjung tinggi kejujuran dalam pelaksanaan bisnisnya. Pelaksanaan bisnis disini meliputi; penjualan, pemasaran, keuangan, pendistribusian, dan berbagai hal lainnya. Kejujuran menjadi sangat penting dalam kehidupan berbisnis sebagaimana termuat di dalam al-Qur'an surah Muhammad ayat 21:

طَاعَةٌ وَ قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ فَإِذَا عَزَمَ الْأَمْرُ فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُمْ



Artinya: “(Yang lebih baik bagi mereka adalah) taat (kepada Allah) dan bertutur kata yang baik. Sebab apabila perintah (perang) ditetapkan (mereka tidak menyukainya). Padahal jika mereka benar-benar (beriman) kepada Allah, niscaya yang demikian itu lebih baik bagi mereka” (QS. Muhammad: 21).

c. Amanah

Amanah adalah salah satu sifat mulia yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw. Sifat amanah dapat menjadikan seseorang untuk lebih berhati-hati dalam melaksanakan segala bisnisnya. Sifat dan perilaku mengenai amanah merupakan perintah yang telah ditegaskan oleh Allah SWT, yakni pada al-Qur’an surah An-Nisa ayat 58 mengenai perintah untuk menjaga amanat yang telah diberikan oleh orang lain, seyogianya disampaikan kepada orang yang berhak untuk menerimanya tanpa mengurangi atau melebihi isi dari amanat tersebut serta menegakkan hukum secara adil.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat” (QS. An-Nisa: 58).

d. Adil

Adil adalah sikap yang terbentuk dengan meletakkan sesuatu sesuai pada tempatnya secara proporsional. Adil merupakan bentuk kewajiban yang diperintahkan oleh Allah SWT dan sudah seyogianya dilaksanakan oleh setiap umat Islam dalam melaksanakan kehidupan sehari-hari. Tanpa adanya perilaku adil dalam melakukan bisnis, menunjukkan bahwa seorang pelaku usaha telah berbuat *dzalim* kepada konsumennya. Hal tersebut jelas dilarang oleh Allah SWT, tercantum di dalam al-Qur’an surah Ar-Rahman ayat 9:

وَاقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

Artinya: “Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi timbangan itu” (QS. Ar-Rahman: 9).

e. Bekerja Keras

Rajin bekerja keras merupakan salah satu bagian dari perilaku etika bisnis syariah. Adanya sifat dan perilaku rajin yang tertanam dalam diri seorang pelaku bisnis, tentu akan berdampak pada kesuksesan bisnis yang sedang ia jalankan. Sikap rajin bekerja keras ini juga merupakan perintah yang disampaikan Allah SWT kepada hamba-Nya, yakni; al-Qur'an surah At-Taubah ayat 105 mengenai perintah bekerja.

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: “Dan katakanlah; “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan” (QS. At-Taubah: 105).

f. Kerjasama

Dalam bisnis syariah, bekerjasama disini berarti bahwa kedua belah pihak melakukan kerjasama dengan tujuan kebaikan, dan cara-cara yang ditempuh dalam kerjasama ini tidak diperbolehkan dengan tujuan untuk mendzhalimi salah satu pihak diantara pihak yang lainnya. Bekerjasama sangat dianjurkan oleh Allah SWT seperti yang termuat dalam al-Qur'an surah al-Maidah ayat 2 mengenai perintah untuk saling tolong menolong dalam kebaikan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ
الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula)

mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baiturrahman; mereka mencari karunia dan keridhaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidil Haram, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, Sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya” (QS. Al-Maidah: 2).

g. Murah Hati

Murah hati berarti bahwa seseorang melakukan kebaikan kepada siapapun, dimanapun, kapanpun tanpa membedakan orang tersebut berdasarkan status sosial ataupun yang lainnya. Dalam bisnis syariah, sikap murah hati menjadi sikap yang harus dimiliki oleh pihak penjual. Karena, ia akan berhadapan secara langsung dengan banyak konsumen yang memiliki ciri khas karakter masing-masing. Dengan adanya sikap murah hati ini, konsumen akan merasa senang ketika ia menghabiskan waktu untuk berbelanja di toko penjual tersebut. Sikap murah hati ini juga dianjurkan oleh Rasulullah saw sebagaimana Hadis Rasulullah saw:

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى .

Artinya: Diterima Jabir bin Abdullah ra menyampaikan bahwa Nabi Muhammad telah bersabda: “Allah mengasihi orang yang murah hati ketika menjual, ketika membeli, dan ketika menagih” (HR. Bukhari Nomor 1020).

h. Sederhana

Sederhana merupakan salah satu perilaku dalam etika bisnis syariah. Sederhana ini berarti bahwa pihak pelaku bisnis tidak berorientasi terhadap keuntungan duniawi semata. Sebab, hal tersebut bisa mendorong pelaku bisnis untuk bertindak secara berlebihan, mengupayakan keuntungan yang maksimal dengan pengorbanan yang minimal. Sehingga bisa menyebabkan kepada perilaku *moral hazard* dan mubazir.

i. Menjual Produk yang Halal dan Berkualitas Baik

Dalam etika bisnis syariah, pelaku bisnis juga diharuskan untuk mengikuti aturan syariah mengenai bisnis, seperti; barang yang dijual merupakan barang yang halal dan berkualitas baik. Hal tersebut bertujuan untuk menjaga kemaslahatan bagi pihak produsen maupun pihak konsumen. Barang yang halal disini berarti bahwa barang

tersebut halal baik secara dzat, *illat*, maupun bentuk fisiknya. Adapun barang yang baik mutunya berarti bahwa, kualitas barang yang dijual kepada pembeli harusnya barang yang berkualitas baik. Dengan demikian, para pembeli akan merasa puas dan loyal terhadap penjualan barang tersebut dan pihak penjual pun tidak akan mengalami kerugian apapun (Rahman, 2014).

j. Bersaing secara Sehat

Dalam etika bisnis syariah, sebuah persaingan atau kompetisi tidaklah dilarang. Namun, cara memperoleh dan melaksanakan persaingan tersebutlah yang diatur sehingga tidak menimbulkan keuntungan yang berlebihan pada salah satu pihak. Bersaing secara sehat ini berarti bahwa, pihak pelaku bisnis melakukan persaingan pasar dengan cara-cara yang halal, cara-cara yang diperbolehkan dalam aturan syariah. Cara-cara tersebut seperti; memberikan inovasi terhadap produk yang dijual sebagai ciri khas pembeda dari produk yang lainnya, menetapkan harga sesuai harga pasar dan sesuai dengan kualitas produk, serta melakukan promosi dengan tidak menjatuhkan pihak kompetitor lainnya.

Pedagang Sembako

a. Pedagang

Pedagang merupakan seorang yang memiliki tugas untuk melaksanakan kegiatan perdagangan, memperjualbelikan barang yang diperoleh dari hasil produksi orang lain, untuk memperoleh keuntungan (Sujatmiko, 2014). Adapun kata pedagang yang tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia bermakna; orang yang kerjanya berdagang.

b. Sembako

Kata sembako yang terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, memiliki makna sebagai sembilan bahan pokok (sembilan jenis makanan sebagai bahan kebutuhan pokok masyarakat, yang berdasarkan pada Keputusan Menteri Industri dan Perdagangan pada 1998. Sembako adalah sembilan bahan pokok pangan yang merupakan kebutuhan pokok (Ayodya, 2016). Secara umum, sembilan bahan pokok meliputi; beras, kedelai, jagung, gula, bawang merah, minyak goreng, daging beku dan daging segar, daging ayam ras, serta telur ayam ras (Tempo, 2019). Dengan demikian,

dapat disimpulkan bahwa sembilan bahan pokok merupakan kumpulan bahan-bahan pangan yang menjadi kebutuhan pokok masyarakat.

Berdasarkan pengertian diatas, disimpulkan bahwa; pedagang sembako adalah seorang yang kerjanya sebagai pedagang, yang menjualbelikan barang-barang kebutuhan pokok masyarakat terutama sembilan bahan pokok pangan, yang bertujuan untuk memperoleh profit dan memenuhi kebutuhan hidup masyarakat dan biasanya berlokasi di sekitar pemukiman masyarakat.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel. Penelitian Terdahulu

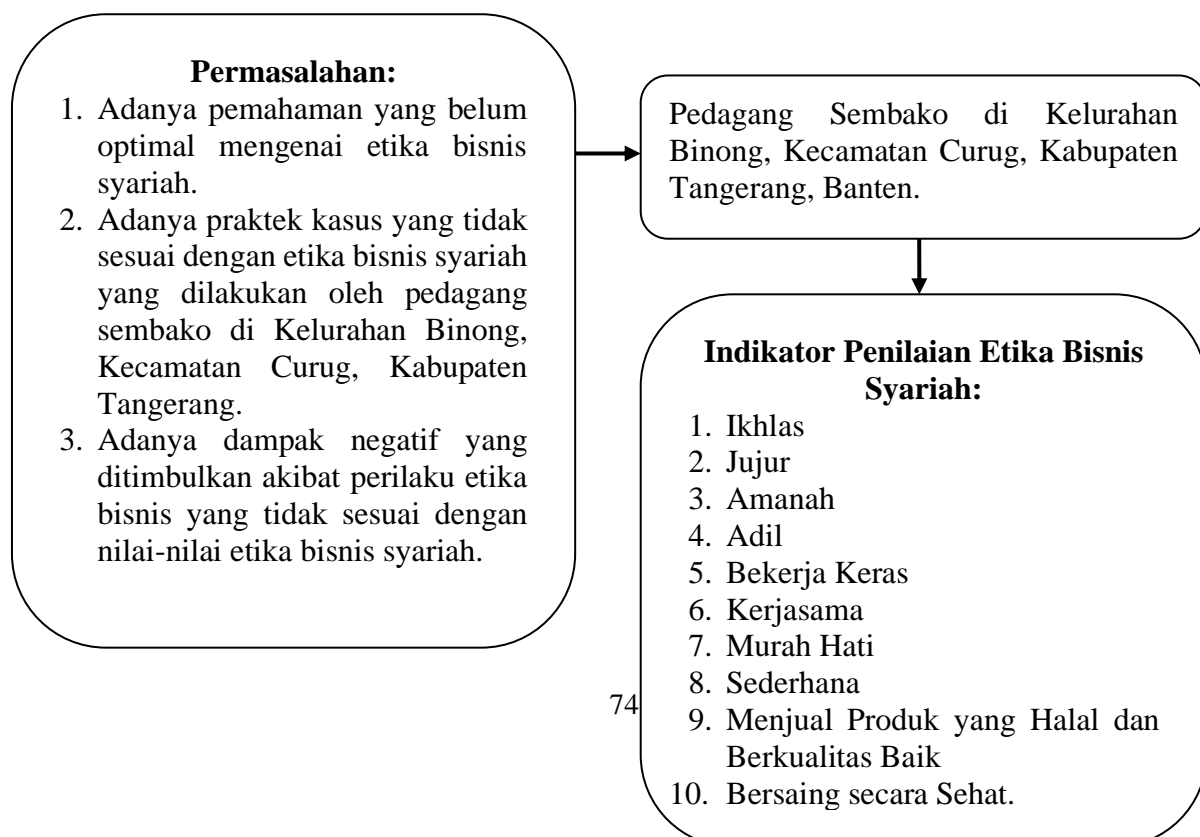
No.	Nama Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Muhammad Ersya Faraby dan Siti Inayatul Faiza (2014)	Etos Kerja Pedagang Etnis Madura Pusat Grosir Surabaya Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam.	Penelitian ini menunjukkan bahwa Pedagang etnis Madura telah menerapkan etika bisnis Islam di Pusat Grosir Surabaya.	1. Objek Penelitian: Pedagang Etnis Madura. 2. Lokasi Penelitian: Pusat Grosir Surabaya. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2014 Sedangkan, penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti: 1. Objek Penelitian: Pedagang Sembako 2. Lokasi Penelitian: Warung

				Sembako di Kelurahan Binong, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2020.
2.	Yeni Gustiarni (2015)	Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang Kaki Lima di Pasar Panorama Kota Bengkulu.	Penelitian ini menegaskan bahwa pedagang kaki lima tidak menerapkan etika bisnis Islam dalam melaksanakan bisnisnya di Pasar Panorama Kota Bengkulu.	1. Objek Penelitian: Pedagang Kaki Lima. 2. Lokasi Penelitian: Pasar Panorama Kota Bengkulu. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2015. Sedangkan, penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti: 1. Objek Penelitian: Pedagang Sembako 2. Lokasi Penelitian: Warung Sembako di Kelurahan Binong, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2020.
No.	Nama Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
3.	Ron Berger (2015)	<i>The transformation of Chinese Business Ethics in line with its emergence as a Global Economic Leader.</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa, Cina adalah salah satu peradaban yang lebih maju saat menerapkan etika bisnis dan kebijakan CSR ke dalam fondasi bisnisnya. Namun, etika bisnis dan kebijakan CSR di Cina mengalami perubahan yang berbeda dari tahun ke tahunnya.	1. Objek Penelitian: Pelaku Bisnis 2. Lokasi Penelitian: Cina. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2015. Sedangkan, penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti: 1. Objek Penelitian: Pedagang Sembako 2. Lokasi Penelitian: Warung Sembako di Kelurahan Binong, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2020.
4.	Omar Hendro (2016)	Kesuksesan Bisnis dalam	Penelitian ini menunjukkan	1. Objek Penelitian: Tidak terdapat

No	Nama Peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
		<p>Perspektif Syariah Untuk Menghadapi Pasar Global (Tauladan Rasulullah saw).</p>	<p>bahwa prinsip bisnis modern, merupakan bagian dari akhlak Muhammad saw dalam kehidupannya termasuk dalam bidang bisnis, yang menjadikan pedoman kesuksesan bagi pelaku bisnis dalam menghadapi Pasar Global.</p>	<p>objek penelitian (penelitian hanya bersifat studi pustaka). 2. Lokasi Penelitian: Palembang. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2016. Sedangkan, penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti: 1. Objek Penelitian: Pedagang Sembako 2. Lokasi Penelitian: Warung Sembako di Kelurahan Binong, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2020.</p>
5.	Elida Elfi Barus dan Nuriani (2016)	<p>Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan).</p>	<p>Rumah Makan di Medan yakni; Rumah Makan Wong Solo yang dinilai cukup baik dalam menerapkan EBS</p>	<p>1. Objek Penelitian: Rumah Makan Wong Solo 2. Lokasi Penelitian: Medan 3. Waktu Penelitian: Tahun 2016. Sedangkan, penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti:</p>
				<p>1. Objek Penelitian: Pedagang Sembako 2. Lokasi Penelitian: Warung Sembako di Kelurahan Binong, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2020.</p>
6.	Wiwin Novita dan Abdul Salam (2016)	<p>Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Laba Usaha Dagang Pada Pedagang Sembako Muslim (Studi Kasus di Pasar</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa laba usaha dagang pada pedagang sembako dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya; modal, barang</p>	<p>1. Objek Penelitian: Pedagang Sembako Muslim 2. Lokasi Penelitian: Pasar Tradisional Bantul, Yogyakarta. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2016. 4. Metode Penelitian:</p>

		Tradisional Bantul).	dagang, dan intervensi pemerintah.	Metode Kuantitatif. Sedangkan, penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti: 1. Objek Penelitian: Pedagang Sembako 2. Lokasi Penelitian: Warung Sembako di Kelurahan Binong, Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang. 3. Waktu Penelitian: Tahun 2020. 4. Metode Penelitian: Metode Kualitatif.
--	--	----------------------	------------------------------------	--

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif interaktif. metode penelitian kualitatif interaktif merupakan studi ilmu yang bersifat mendalam yang menggunakan teknik pengumpulan data secara langsung; melalui manusia yang berada pada lingkungan alamiahnya dan menginterpretasikan fenomena-fenomena tentang bagaimana orang melakukan pencarian makna yang terkandung serta membuat gambaran yang berisikan penjelasan yang menyeluruh dengan deskripsi detail dari informan (Hamdi dan Bahruddin, 2019). Objek dalam penelitian ini adalah penerapan etika bisnis syariah. Sementara, subjek dalam penelitian ini adalah pedagang sembako.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan jenis data penelitian yaitu, diantaranya; Data primer yang terkait dengan penelitian ini diperoleh melalui; observasi dan wawancara. Sementara data sekunder dalam penelitian ini, diperoleh berdasarkan sumber-sumber referensi seperti; jurnal, buku, dan laporan keuangan usaha informan penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan dengan cara observasi dan wawancara. Observasi yang digunakan oleh peneliti yakni, observasi partisipatif; moderat dan tidak terstruktur. Adapun wawancara yang digunakan oleh peneliti yakni, wawancara terarah (*guided interview*), terbuka standar, dan bertahap. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah analisis domain, analisis taksonomi, analisis komponensial, dan analisis tema kultural

4. Hasil dan Analisis

4.2 Hasil

Berdasarkan hasil observasi selama 5 (lima) bulan dan wawancara yang telah peneliti laksanakan dengan informan inti. Peneliti memperoleh hasil penelitian yang diuraikan menjadi sebagai berikut:

Pemahaman Etika Bisnis Syariah

Untuk memperoleh informasi mengenai pemahaman informan inti mengenai etika bisnis syariah, maka peneliti melakukan analisis penilaian yang sesuai dengan teori taksonomi Bloom (Gunawan dan Palupi, 2016). Adapun kategori pemahaman yang sesuai dengan taksonomi Bloom yakni, diantaranya; pemahaman terjemahan, pemahaman penafsiran, dan pemahaman eksplorasi yang diuraikan menjadi sebagai berikut:

a. Pemahaman Terjemahan

Pemahaman terjemahan adalah kategori pertama yang menjadi penilaian terhadap pemahaman pedagang sembako Kelurahan Binong. Pemahaman terjemahan ini berarti bahwa pedagang sembako Kelurahan Binong telah mampu menerjemahkan arti yang sebenarnya, mengenai aturan tertulis maupun aturan tidak tertulis dan peneliti berhasil memperoleh fakta-fakta sebagai berikut:

- 1) Adanya kesadaran diri mengenai pentingnya menjaga kebersihan, keamanan, dan ketertiban di sekitar wilayah lokasi usaha. Seperti: tersedianya tempat sampah.
- 2) Adanya kesadaran diri untuk melakukan kegiatan jual beli yang terbebas dari riba. Seperti: tidak dikenakan bunga dalam pemberian piutang.
- 3) Adanya kesadaran diri untuk menunaikan ibadah shalat dan melaksanakan zakat sesuai dengan ketentuan. Seperti: warung usaha yang ditutup saat waktu shalat tiba.
- 4) Adanya kesadaran diri untuk menghormati warga setempat. Salah satunya, dengan melakukan permohonan izin kepada pihak RT setempat.

b. Pemahaman Penafsiran

Pemahaman penafsiran merupakan penilaian kedua mengenai pemahaman etika bisnis syariah informan inti. Dalam hal ini berarti bahwa, informan inti diharapkan mampu menghubungkan bagian-bagian terdahulu dengan yang diketahui, atau menghubungkan beberapa grafik dengan kejadian, dan membedakan yang pokok dengan yang bukan pokok.

Adapun fakta-fakta yang ditemukan berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti yakni, sebagai berikut:

- 1) Timbulnya kesadaran diri untuk menghindari perilaku ikhtikar yang dapat menyebabkan kerusakan pada produk yang akan dijual.
- 2) Adanya penyampaian mengenai perbedaan ciri-ciri barang yang berkualitas baik dan tidak baik.

c. Pemahaman Eksplorasi

Pemahaman eksplorasi menjadi penilaian terakhir yang berkaitan dengan kemampuan informan inti dalam membuat prediksi tentang konsekuensi aturan yang tertulis atau memperluas persepsi dalam arti waktu, dimensi, kasus, ataupun masalahnya. Melalui kegiatan observasi peneliti memperoleh informasi, sebagai berikut:

- 1) Menerapkan sikap keterbukaan mengenai kenaikan harga barang sembako pada situasi dan kondisi tertentu.
- 2) Memiliki sikap kehati-hatian dalam memberikan kepercayaan kepada orang lain berdasarkan pengalaman yang mereka alami.
- 3) Memiliki sikap tanggung jawab dalam menepati kesepakatan yang telah dibuat (baik kesepakatan dengan *supplier*, pembeli, maupun antar pedagang sembako).
- 4) Menunjukkan sikap peduli kepada pelanggan mengenai kelangkaan suatu barang dan harga yang tidak stabil.

Selanjutnya, peneliti melakukan analisis penilaian pemahaman pedagang sembako mengenai etika bisnis syariah yang juga didasarkan oleh beberapa indikator menurut Abdul Rachman selaku Pakar Etika Bisnis Syariah STES Islamic Village. Beberapa indikator tersebut diantaranya;

a. Muslim yang Taat

Muslim yang taat menjadi indikator penilaian pertama sebagaimana dipaparkan oleh Bapak Abdul,

“....muslim yang taat. kenapa? karena ketika dia seorang muslim yang taat, dia akan takut, takut kalau mengurangi timbangan, takut berdosa kalau misalnya dia mengecewakan pelanggan, takut kalau seandainya barang yang jelek dicampur dengan yang baik dengan harga yang mahal.”(Rahman, 2020).

Dalam hal ini, pedagang sembako Kelurahan Binong termasuk dalam kategori muslim yang taat. Hal ini ditunjukkan dengan adanya sikap taat yang terlihat oleh peneliti seperti; takut mengurangi timbangan pembeli maka penimbangan dilakukan secara terbuka dan dihadapkan langsung kepada pembeli, menyampaikan secara jujur mengenai kualitas dan harga barang sembako, serta menyampaikan secara terbuka jika terdapat perubahan harga akibat suatu kondisi tertentu. Beberapa sikap tersebut telah menggambarkan bahwa pedagang sembako Kelurahan Binong taat kepada Allah SWT.

b. Jumlah Pelanggan

Jumlah pelanggan yang banyak menunjukkan bahwa pedagang sembako tersebut telah memahami etika bisnis syariah. Hal ini sebagaimana penuturan Bapak Abdul

“...Yang kedua, indikatornya adalah ciri-ciri pedagang di pasar itu ya, itu terlihat biasanya dari pelanggan. Kalau pelanggannya banyak dan lain sebagainya. Itu salah satu indikatornya dimana pedagang itu disenengi oleh pelanggan...”(Rahman,2020).

Sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong yang telah peneliti observasi dan wawancara memiliki jumlah pelanggan yang banyak, dan hal tersebut dapat diketahui dari cepatnya waktu penjualan pedagang tersebut.

c. Ritual Keagamaan

Ritual keagamaan menjadi indikator ketiga penilaian pemahaman pedagang sembako mengenai etika bisnis syariah. Ritual keagamaan ini meliputi kegiatan bersedekah. Sebagaimana diungkapkan oleh Bapak Abdul

“..Yang ketiga, indikatornya pedagang tersebut ya, kontinyu ya menerapkan sisi-sisi kegiatan keagamaan seperti misalnya; dia bersedekah, kemudian dia melaksanakan ibadah yang lain-lain..”(Rahman, 2020)

Sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong telah memberikan sedekah kepada sesama dengan sukarela dan hati yang ikhlas. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya sikap ramah tamah dan senyum kepada semua pelanggan ataupun pada setiap orang yang datang mengunjungi warung mereka, dan tidak segan untuk memberikan sedikit rezeki dari hasil keuntungannya kepada pihak yang membutuhkan seperti: yayasan yatim piatu atau beberapa penyanyi jalanan. Tidak hanya itu, pedagang sembako Kelurahan

Binong juga menyampaikan kepada semua pelanggannya mengenai waktu penutupan sementara warung jika adzan sholat telah dikumandangkan.

d. Menghormati dan Menghargai Pelanggan

Indikator yang terakhir adalah menghormati dan menghargai pelanggan sebagaimana dipaparkan oleh Bapak Abdul Rachman

“Yang terakhir itu, dia menghormati dan menghargai pelanggan. Salah satu indikatornya itu. Kalau dia tidak menghormati dan menghargai pelanggan, pasti dia berbuat curang. Contoh misalnya; ketika berdagang, kalau saya curang, nanti pedagang atau pelanggan saya pasti tidak dapat untung. Berarti dia ada menghormati atau menghargai pelanggan...”(Rahman, 2020)

Selama melakukan observasi dan wawancara terhadap pedagang sembako Kelurahan Binong, peneliti menemukan sikap menghormati dan menghargai pelanggan yang ditunjukkan oleh pedagang sembako Kelurahan Binong. Sikap ini terlihat seperti; penyampaian mengenai kondisi barang sembako secara jujur dan terbuka kepada pembeli.

Berdasarkan penilaian pemahaman pedagang sembako mengenai etika bisnis syariah yang didasarkan pada Taksonomi Bloom, dan indikator dari Abdul Rachman selaku Pakar Etika Bisnis Syariah, peneliti menyimpulkan bahwa sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong telah memiliki pemahaman mengenai Etika Bisnis Syariah yang telah optimal dan sangat baik.

Penerapan Etika Bisnis Syariah

Tolak ukur penilaian peneliti terhadap penerapan etika bisnis syariah yang dilakukan oleh informan inti, meliputi 10 (sepuluh) penilaian yang diambil dari bentuk-bentuk etika bisnis syariah menurut Rachman, diantaranya;

a. Ikhlas

Berdasarkan hasil observasi peneliti memperoleh fakta-fakta yang menunjukkan perilaku ikhlas yang telah diterapkan oleh pedagang sembako. Fakta-fakta tersebut diantaranya;

- 1) Sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong menutup warung dan menghentikan kegiatan jual beli saat waktu ibadah tiba, seperti; Bapak Endar dan Mang Bewok yang selalu menutup warung dan lapaknya 1 (satu) jam sebelum menjelang waktu shalat jum'at. Hal tersebut menunjukkan bahwa mereka memahami kewajiban

sebagai seorang muslim bahwa urusan dunia tidak lebih penting dari ibadah. Perilaku mereka juga mencerminkan ketaatan mereka terhadap perintah Allah SWT yang tercantum dalam Surah al-A'raf ayat 29 mengenai perintah melaksanakan segala ibadah semata-mata hanya untuk Allah SWT.

- 2) Sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong memilih usaha sebagai pedagang untuk dapat menafkahi keluarganya. Hal tersebut dijalani dengan ikhlas tanpa ada keluhan yang disampaikan, seperti: Bapak Endar yang tetap giat bekerja sebagai pedagang sembako walaupun istrinya telah lebih dahulu menghadap Sang Khalik, tetapi demi menafkahi kedua anaknya, beliau tetap memilih untuk melanjutkan usaha sembako tersebut walaupun status dirinya yang masih sendiri (belum menikah lagi) sejak 15 tahun silam. Tindakan yang dilakukan oleh Bapak Endar menunjukkan bahwa dirinya telah menaati perintah Allah SWT yang terdapat dalam hadis Rasulullah saw; hadis shahih riwayat Bukhari Nomor 45 mengenai balasan dari Allah SWT atas sikap ikhlas seorang lelaki yang telah memberi nafkah untuk keluarganya.

b. Jujur

Dalam melakukan observasi yang berkaitan dengan penilaian sikap jujur peneliti memutuskan untuk melakukan penyamaran dan berperan sebagai pembeli tanpa diketahui oleh pedagang sembako Kelurahan Binong. Peneliti berhasil menemukan beberapa fakta yakni, diantaranya;

- 1) Pedagang daging ayam di Pasar Binong memberikan harga ayam yang tepat sesuai dengan kualitas ayam yang baik. Kualitas ayam yang segar, tidak menyusut saat dimasak, tidak berair, tidak berbau, tidak berlendir, dan atau terdapat nanah. Hal tersebut telah dilaksanakan oleh Bapak Udin.
- 2) Pedagang beras, telur, minyak sayur, gula, cabai dan bawang merah, Kelurahan Binong yang secara jujur menyampaikan harga bahan yang bervariasi tergantung dengan kualitas bahan tersebut. Seperti: kualitas beras pulen dengan harga Rp.10.000,-, kualitas baik $\frac{1}{4}$ (seperempat) cabai merah rawit segar dengan harga Rp. 10.000,- (harga tidak pasti), kualitas terigu yang bagus dengan harga Rp.9.000,- sampai dengan Rp.10.000,-. Hal ini dilaksanakan oleh Bapak Endar, Bu Mina, Bu Nurhayati, dan Mang Ega.
- 3) Pedagang sembako Kelurahan Binong yang secara jujur menyampaikan penyebab adanya perubahan harga (kenaikan harga ataupun penurunan harga) terhadap suatu bahan sembako. Beberapa pedagang sembako juga menyampaikan penyebab perubahan

harga dengan bijak, disertai alasan yang rasional. Pedagang sembako Kelurahan Binong juga menunjukkan kualitas barang-barang yang halal dan baik, dan tidak segan menyarankan serta menerima penukaran kondisi barang yang rusak dengan barang yang baru dan lebih memiliki kualitas yang baik.

c. Amanah

Peneliti memperoleh temuan informasi yang menunjukkan bahwa pedagang sembako Kelurahan Binong telah mencerminkan sikap amanah seperti, diantaranya;

- 1) Pembeli menitipkan barang belanjanya kepada salah satu pedagang sembako Kelurahan Binong. Pedagang sembako tersebut menjaga barang titipan pembeli dengan penuh kehati-hatian, terbukti barang titipan tersebut disimpan di tempat yang aman.
- 2) Pembeli menitipkan barang untuk dijual kembali di warung ataupun toko milik salah satu pedagang sembako. Ketika pembeli tersebut tidak berada di toko sembako, pedagang sembako tetap menjual barang tersebut sesuai dengan harga yang diberikan oleh pembeli tersebut tanpa melebihi harga untuk tambahan keuntungan dirinya.
- 3) Jika terdapat jumlah pemesanan suatu bahan sembako tertentu (jumlah sedikit ataupun banyak), pedagang sembako Kelurahan Binong selalu memberikan bahan sembako yang berkualitas baik tanpa membedakan karakteristik pembelinya.
- 4) Penyampaian perubahan harga ataupun kelangkaan suatu barang yang disebabkan oleh kondisi tertentu, disampaikan secara bijak dan amanah oleh salah satu pedagang sembako Kelurahan Binong. Seperti: Bapak Endar yang menyampaikan secara bijak kepada pembelinya mengenai adanya kenaikan harga dan kelangkaan gula karena disebabkan oleh kondisi wabah *corona*.

d. Adil

Dalam menentukan fakta mengenai sikap adil pedagang sembako Kelurahan Binong, peneliti memiliki fokus observasi untuk menilai pedagang sembako tersebut. Fokus observasi peneliti tertuju pada; letak timbangan yang digunakan oleh pedagang sembako, pemberian barang sembako dengan nilai timbangan (ditimbang saat ada pembeli atau sebelum ada pembeli), dan *crooscheck* penimbangan kembali dengan timbangan yang dimiliki oleh peneliti. Hasil observasi peneliti menunjukkan fakta-fakta yang menunjukkan bahwa:

- 1) Penimbangan dilakukan secara terbuka dan dilakukan saat pembeli hendak membeli suatu bahan sembako tertentu. Seperti: Bapak Endar, dan Bu Mina yang menimbang pesanan pembeli secara terbuka.
- 2) Penimbangan sesuai dengan takaran timbangan yang benar. Seperti: cabai rawit merah 1 ons menggunakan timbangan duduk, dan beras 2 liter menggunakan ukuran literan yang tepat.
- 3) Pemberian harga jual yang sesuai dengan kualitas. Seperti: harga ikan yang tinggi untuk kualitas ikan yang paling baik oleh Mang Bewok, dan harga ayam Rp.40.000,- untuk kualitas ayam segar berukuran besar oleh Bapak Udin.

Ketiga fakta tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong telah menimbang takaran sesuai dengan perintah Allah SWT yang terdapat dalam al-Qur'an surah al-An'am ayat 152.

e. Bekerja Keras

Terdapat beberapa fakta mengenai sikap kerja keras yang peneliti temukan selama observasi. Beberapa fakta tersebut, diantaranya:

- 1) Memiliki sikap rajin terutama dalam memenuhi persediaan barang dagangan yang dibutuhkan oleh para pelanggan. Mereka bahkan lebih memilih untuk berbelanja sendiri supaya dapat memilih kualitas barang yang terbaik.
- 2) Tekun dalam memperoleh keberhasilan dalam usaha. Seperti: Bapak Endar yang selalu yakin bahwa rezeki sudah diatur oleh Allah SWT sehingga walaupun jumlah kompetitor di sekitar lokasi warung Bapak Endar semakin bertambah, namun hal tersebut tidak menyurutkan semangat beliau dalam berdagang.
- 3) Memilih menggunakan modal pribadi dibandingkan menggunakan bantuan dari pihak ketiga seperti: bank. Mereka sepakat menerapkan budaya menabung sehingga sedikit demi sedikit, seluruh aset yang dimiliki oleh warung usaha mereka masing-masing merupakan milik pribadi.

Sikap kerja keras yang dimiliki oleh sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong sesuai dengan perintah Allah SWT yang tercantum dalam al-Qur'an Surah al-Jumu'ah ayat 10.

f. Kerjasama

Dalam mengamati sikap kerjasama yang dimiliki oleh pedagang sembako Kelurahan

Binong, peneliti memilih 2 (dua) fokus pengamatan yakni; pengamatan terhadap kerjasama pedagang sembako dengan pihak *supplier* dalam memenuhi stok barang sembako, dan kerjasama pedagang sembako dengan sesama pedagang sembako dalam memenuhi stok barang sembako melalui cara pinjaman atau bagi hasil.

Hasil pengamatan peneliti di lapang memperoleh fakta bahwa, sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong telah memiliki kerjasama dengan *supplier* tertentu. Adapula kerjasama sesama pedagang sembako dalam memenuhi stok barang sembako pada saat situasi mendesak tertentu.

Peneliti juga telah mewawancarai beberapa pedagang sembako Kelurahan Binong untuk menemukan fakta yang lebih akurat mengenai kerjasama yang mereka laksanakan dengan pihak ketiga. Hasil wawancara menunjukkan bahwa mereka telah melaksanakan kerjasama dengan pihak ketiga, seperti: Bapak Endar yang telah bekerjasama dengan distributor bahan sembako.

g. Murah Hati

Peneliti memperoleh beberapa fakta mengenai sikap murah hati yang ditunjukkan oleh pedagang sembako Kelurahan Binong terhadap pelanggannya masing-masing yakni, sebagai berikut:

- 1) Melayani dengan ramah tamah tanpa membedakan karakteristik setiap pelanggan mereka.
- 2) Selalu menyambut kehadiran pembeli dengan menyapa dan memberikan senyuman.
- 3) Menerima dengan senang, walaupun terdapat pembeli yang hanya berkunjung ke warung sembako mereka tetapi tidak membeli. Hal tersebut terbukti dengan adanya mimik wajah pedagang sembako tersebut yang tetap menunjukkan keceriaan.
- 4) Memberikan cerita-cerita humoris saat melayani pembeli dengan jumlah antrian yang banyak. Sehingga pembeli yang masih mengantri tidak merasa jenuh.
- 5) Memberikan kelonggaran waktu kepada pembeli yang tidak memiliki penghasilan cukup untuk berbelanja secara kredit. Hal tersebut terbukti dengan tidak adanya waktu tempo yang ditentukan dan tetap melayani pembeli tersebut secara ramah tamah.
- 6) Bersedia menunjukkan kualitas barang yang bervariasi jika terdapat pembeli yang sangat teliti dalam memilih barang, dan mereka pun tidak mempermasalahkan jika pembeli tersebut pada akhirnya tidak jadi membeli barang tersebut.

- 7) Memberikan hadiah yang diperoleh dari suatu produk tanpa meminta imbalan atau penambahan biaya.

h. Sederhana

Sehubungan dengan sikap sederhana yang dimiliki oleh pedagang sembako Kelurahan Binong, peneliti berhasil memperoleh beberapa fakta yakni, sebagai berikut:

- 1) Tidak berorientasi pada keuntungan duniawi semata. Hal tersebut terbukti dengan adanya sikap jujur dalam penyampaian kualitas barang yang baik.
- 2) Desain warung atau toko yang sederhana walaupun usaha tersebut sudah berjalan dalam waktu hampir belasan tahun.
- 3) Berpakaian yang sederhana dalam melayani pelanggan.
- 4) Memiliki persediaan barang dagangan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (tidak berlebihan), dalam jangka waktu 3 (tiga) sampai 5 (lima) hari ke depan.
- 5) Untuk mempermudah dan memperlancar manajemen usaha, mereka merekrut salah satu anggota keluarga.
- 6) Memilih lokasi yang strategis untuk memudahkan pelanggan yang berbelanja.

i. Menjual Produk yang Halal dan Berkualitas Baik

Aturan mengenai penjualan produk halal terdapat dalam bab IV pasal 30, 31, 32, 33, dan 34 Undang-undang Nomor 7 Tahun 1996 (Mujiono, 2016). Dalam penjualan produk yang halal dan berkualitas baik oleh pedagang sembako Kelurahan Binong, peneliti memperoleh beberapa fakta yakni, sebagai berikut:

- 1) Sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong telah terbukti menjual produk yang halal, dari segi dzat, *illat*, ataupun bentuk fisiknya. Hal tersebut seperti salah satunya, ditunjukkan oleh Bapak Endar mengenai kualitas beras yang tidak berbau, cangkang telur ayam yang tidak terdapat keretakan dan diperoleh langsung dari agen telur yang memiliki peternakan ayam.
- 2) Sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong memiliki persediaan barang dagang yang telah memiliki sertifikasi label halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan juga memiliki waktu kadaluarsa. Hal tersebut dicontohnya oleh, Bu Mina yang menjual minyak sayur dalam bentuk kemasan yang sudah tersertifikasi label halal dan memiliki waktu kadaluarsa 1 (satu) tahun dari waktu pembelian.

- 3) Sebagian besar pedagang sembako Kelurahan Binong memiliki tempat penyimpanan barang dagang yang aman, baik, dan benar.

j. Bersaing secara Sehat

Peneliti menemukan beberapa fakta yang menunjukkan adanya persaingan secara sehat yang dilakukan oleh pedagang sembako Kelurahan Binong. Beberapa fakta tersebut, diantaranya:

- 1) Menetapkan harga sesuai harga pasar dan sesuai dengan kualitas produk.
- 2) Memberikan pelayanan terbaik dengan ciri khas tersendiri.
- 3) Melakukan promosi dengan tidak menjatuhkan pihak kompetitor lain.
- 4) Tidak segan merekomendasi keberadaan usaha kompetitor lain, jika tidak terdapat salah satu barang yang dibutuhkan oleh pelanggan.
- 5) Memiliki standar waktu operasional kerja sendiri.
- 6) Menerima kerjasama dengan kompetitor, jika terdapat suatu kondisi yang mendesak.
- 7) Memiliki kepercayaan diri untuk menjual barang dagangan tanpa mengikuti usaha milik kompetitor lain.
- 8) Tetap bersikap ramah tamah dan toleransi terhadap pihak kompetitor yang memiliki jenis usaha yang sama dan lokasi usaha yang berdekatan.

Dampak Penerapan Etika Bisnis Syariah

Peneliti memfokuskan dampak etika bisnis syariah terhadap jumlah pelanggan, waktu operasional, dan pendapatan. Untuk mengetahui hal tersebut, peneliti melakukan observasi dan diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Pedagang sembako yang menerapkan etika bisnis syariah memiliki jumlah pelanggan yang lebih banyak dibandingkan dengan pedagang sembako yang tidak menerapkan etika bisnis syariah. Contoh: penjual A yang menerapkan etika bisnis syariah dalam waktu 30 menit telah memperoleh pembeli sejumlah 7 (tujuh) orang, namun penjual B yang tidak menerapkan etika bisnis syariah hanya baru memperoleh 1 (satu) orang pembeli.
- 2) Waktu penjualan pedagang sembako yang menerapkan etika bisnis syariah lebih cepat dibandingkan dengan pedagang yang tidak menerapkan etika bisnis syariah. Contoh: Penjual A yang menerapkan etika bisnis dapat menghabiskan penjualan sayur miliknya sejumlah 200 ikat dalam waktu 3 (tiga) jam, sementara penjual B yang tidak menerapkan

etika bisnis syariah membutuhkan waktu selama 7 (tujuh) jam bahkan bisa lebih dari waktu tersebut.

- 3) Pendapatan yang diperoleh pedagang sembako yang menerapkan etika bisnis syariah rata-rata diatas Rp. 3.000.000,- sementara pedagang sembako yang tidak menerapkan etika bisnis syariah hanya mampu mencapai pendapatan rata-rata dibawah Rp.3.000.000,-

Berdasarkan pada fakta-fakta yang peneliti peroleh, disimpulkan bahwa dampak penerapan etika bisnis syariah berbanding lurus dengan pendapatan yang akan diperoleh oleh pedagang sembako Kelurahan Binong. Hal tersebut berarti bahwa semakin etika bisnis syariah diterapkan dengan baik dan benar maka pendapatan yang akan diperoleh pun akan semakin besar dan mengandung keberkahan

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.2 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Analisis Etika Bisnis Syariah pada pedagang sembako di Kelurahan Binong maka, peneliti menyimpulkan bahwa pemahaman pedagang sembako Kelurahan Binong mengenai etika bisnis syariah dinilai sudah sangat baik dan sudah optimal, etika bisnis syariah telah diterapkan oleh mayoritas pedagang sembako Kelurahan Binong dengan baik, serta dampak penerapan etika bisnis syariah meliputi; dampak terhadap jumlah pelanggan yang banyak, waktu penjualan yang relatif lebih cepat dan pendapatan pedagang sembako Kelurahan Binong. Dampak penerapan etika bisnis syariah terhadap pendapatan bagi pedagang sembako Kelurahan Binong adalah berbanding lurus.

REFERENSI

- Al-Bukhary, A.(2009).*Hadist Shahih Bukhary*.Surabaya: Gitamedia Press.
- Ayodya, W. (2016).14 Hari Langsung Mulai Jadi Pengusaha.Elex Media Komputerindo dari https://books.google.com/books/about/14_Hari_Langsung_Mulai_Jadi_Pengusaha_Ne.html?hl=id&id=PYpKDwAAQBAJ (diakses pada 11 November 2019).
- Budianto, A., Pongtulan, Y., & Syaharuddin Y. (2017). Pengaruh Etika Kerja dan Kompensasi Finansial Terhadap Kinerja Karyawan.Jurnal Ekonomi dan Manajemen Volume 14 Nomor 1.Universitas Mulawarman Samarinda.
- Griffin, R.W., & Ronald J.E. (2007). *Bisnis*. Alih Bahasa Gina Gania. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Gunawan & Imam, A.R.P. (2016). Taksonomi Bloom-Revisi Ranah Kognitif: Kerangka Landasan Untuk Pembelajaran, Pengajaran, dan Penilaian.Madiun: Jurnal Universitas Persatuan Guru Republik Indonesia Madiun (UNIPMA). Page, 101.
- Hatta, A. (2009). *Tafsir Qur'an Per Kata:Dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Terjemah*.Jakarta: Magfirah Pustaka.

- Hulaimi, A., Sahri., & Huzaini, M. (2017). Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang* Volume 2 Nomor 1.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia KBBi Daring: Etika. (2019). Diakses pada 26 September 2019 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Etika>
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia KBBi Daring; Bisnis.(2019). Diakses pada 26 September 2019.dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Bisnis>
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia *KBBi* Daring; Pedagang. (2019). Diakses pada 26 September 2019 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pedagang>
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia KBBi Daring; Sembako. (2019). Diakses pada 26 September 2019 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Sembako>
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 11(2), 221-240.
- Margiono. (2011). *Akidah Akhlak*. Bogor: Yudhistira.
- Mujiono, S. (2016).Perlindungan Konsumen: Regulasi Bisnis. (Kebumen: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 1 Nomor 1 (IAINU Kebumen), page 79.
- Nur, Z.A., (2007). Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Islam* Volume IV Nomor 2.
- Pemerintah Terbitkan Harga Acuan Sembilan Bahan Pokok. *Koran Tempo*.(2019).Diakses pada 31 Oktober 2019 dari <https://bisnis.tempo.co/read/879913/pemerintah-terbitkan-harga-acuan-sembilan-bahan-pokok>
- Rachman, A. (2014). *Etika Bisnis Syariah*.Serang: CV Cahaya Mulia.
- Rachman, A. (2020). Pakar Etika Bisnis Syariah. *Wawancara Pribadi*.Kelapa Dua, 30 April 2020 pukul 10:00 s.d 10:40 WIB.
- Riyadi, Fuad. (2015).Urgensi Manajemen Dalam Bisnis Islam. *Jurnal Bisnis* Volume 3 Nomor 1 STAIN Kudus.
- Saepul, H.A., & Bahrudin, E. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan. Yogyakarta: Deepublish. Diakses pada 31 Oktober 2019 dari https://books.google.com/books/about/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Aplikasi_d.html?hl=id&id=nhwaCgAAQBAJ
- Sari, I. (2017). Penerapan Etika Bisnis Bagi Pedagang Muslim Dalam Persaingan Usaha (Studi Kasus Pasar Butung Makassar). UIN Alauddin Makassar.
- Sogiri, B. (2019) .Kiat Bangun Bisnis Lewat Perencanaan dan Anggaran. Yogyakarta: CV. Budi Utama. Diakses pada 21 Februari 2020 dari https://books.google.com/books/about/Kiat_Bangun_Bisnis_Lewat_Perencanaan_Dan.html?hl=id&id=DOidDwAAQBAJ
- Sujatmiko, E. (2014) . *Kamus IPS*. Surakarta: Aksara Sinergi.
- Wati, D., Arif, S., & Devi, A. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online di Humaira Shop. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 141-154.