

Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda dalam Perspektif Islam

Jainuddin¹, Fitriadi², Sri Wahyuni³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman,
Samarinda.

¹Email: jainuddin1607@gmail.com

²Email: fitriadi@feb.unmul.ac.id

³Email: sri.wahyuni@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan di pasar Ijabah yang terletak di Jl. P. Antasari Kecamatan Sungai Kunjang Kota Samarinda dengan tujuan untuk mengetahui etika bisnis pedagang Muslim di pasar Ijabah Kota Samarinda. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara: observasi, wawancara bebas dan dokumentasi. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pedagang Muslim di pasar Ijabah kota Samarinda yang dijadikan informan telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam diantaranya; memberikan pelayanan yang baik, jujur dan sabar, tanggung jawab, dan menetapkan harga dengan wajar. Pedagang juga selalu mentaati peraturan-peraturan yang di buat oleh pengelola pasar Ijabah.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Pedagang Muslim, Pasar Ijabah

Abstract

This research was conducted at the Ijabah market which is located on Jl. P. Antasari Sungai Kunjang District Samarinda City with the purpose to find out the business ethics of Muslim traders in the Ijabah market, Samarinda City. This type of research is field research. The approach used in this study is a descriptive qualitative approach. Data collection techniques were carried out by means of: observation, free interviews and documentation. The results of the study can be concluded that Muslim traders in the Ijabah market in Samarinda City who were used as informants have applied the principles of Islamic business ethics including; provide good service, be honest and patient, responsible, and set a fair price. Traders also always obey the regulations made by the Ijabah market manager.

Keywords: Islamic Business Ethics, Muslim Traders, Ijabah Market

PENDAHULUAN

Allah SWT. telah menetapkan aturan-aturan dan batas-batas mengenai perilaku seseorang di dalam berdagang (Bisnis) seperti yang telah dijelaskan dalam Al-Quran Surah an-Nisa ayat 29. Allah SWT. berfirman:

Artinya; “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan, 181. dan timbanglah dengan timbangan yang lurus, 182. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”, 183. (QS, Asy Syu'araa: 181-183).

Ayat tersebut diatas telah menganjurkan kepada seluruh ummat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun. Adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam suatu berbisnis (berdagang).

Pedoman dalam islam tentang masalah kerja (bisnis) tidak membolehkan pengikut-pengikutnya untuk bekerja mencari uang sesuka hatinya dengan jalan yang tidak baik, seperti melakukan perbuatan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam islam memberikan kepada mereka suatu garis pemisah antara yang boleh dan tidak boleh dalam mencari pembekalan hidup, dengan menitikberatkan juga kepada masalah *kemaslahatan* (kebaikan) umum, seperti suka sama suka, tidak adanya paksaan, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dan dizalimi dalam sebuah kegiatan transaksi jual-beli. Semua jalan yang saling mendatangkan mamfaat antara individu-individu dengan saling rela-merelakan dan adil, adalah dibenarkan. prinsip ini telah ditegaskan Allah SWT, dalam firman-nya:

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS, An-nisa:29).

Ayat ini memberikan syarat, bahwa boleh diberlangsungkannya perdagangan dengan dua hal: perdagangan itu harus dilakukan atas dasar saling rela antara kedua belah pihak. Dan ayat ini juga memberikan pengertian, bahwa setiap orang tidak boleh merugikan orang lain demi kepetingan diri sendiri. Sehingga dalam kegiatannya selain tujuan memperoleh keuntungan, tetapi juga tujuannya mencari keberkahan usaha, Keberkahan usaha berarti memperoleh keuntungan dunia dan akhirat.

Menurut Syarbini dan Haryadi (2011:13) menyatakan kondisi umat islam saat ini, masih terdapatnya pengabain terhadap etika bisnis islam sebagaimana yang pernah dicontohkan Rasullulah SAW misalnya masih terdapat para pebisnis umumnya berperilaku tidak jujur, curang, tipu-menipu, dan lain sebagainya.

Dari dulu sampai perkembangan zaman yang sekarang ini, mengharuskan manusia untuk terus berusaha menerapkan etika bisnis dengan benar dalam kehidupan bermasyarakat salah satunya jual-beli di Pasar tradisional, dengan menekankan adanya nilai-nilai etika, seperti kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Penerapan nilai-nilai etika tersebut dalam pasar merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar, bagi seorang muslim nilai-nilai ini merupakan refleksi dari keimanannya kepada Allah SWT.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya pada latar belakang diatas diamana masih terdapatnya kecurangan-kecurangan pada pasar tradisional pada umumnya, penelitian ini dimulai dari adanya rasa keingintahuan yang mendalam terhadap perilaku atau etika bisnis para pedagang muslim yang ada di pasar Ijabah Kota Samarinda dalam menjalankan kegiatan usahanya sehari-hari misalnya dalam melayani pembeli, cara mendapatkan keuntungan, serta mengetahui kesadaran akan etika bisnis yang baik agar mencapai tujuan-tujuan berdagang dengan hasil yang mereka inginkan. Maka dengan melihat permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti secara mendalam bagaimanakah penerapan etika bisnis pedagang Muslim di pasar Ijabah Kota Samarinda dan peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut kedalam penelitian skripsi dengan judul, “Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda dalam Perspektif Islam.”

LANDASAN TEORI

1. Pengertian Etika Bisnis

Dalam Kamus Bahasa Indonesia (2003) etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (*akhlak*). Makna kedua, adalah prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok.

Menurut (Rivai dkk, 2012:3) Etika merupakan ilmu yang mendalami standar moral perorangan dan standar moral masyarakat. Dari penjelasan tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa etika adalah sesuatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan sesuatu keburukan, melakukan hak kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab.

Sedangkan dalam khazanah pemikiran Islam, etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Akhlak terdapat dalam materi-materi kandungan ayat-ayat Al-Qur'an yang sangat luas dan dari pengajaran-pengajaran sunnah Rasulullah SAW.

Menurut (Badroen, 2007:70) Mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas, moralitas yang di maksud adalah meliputi aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar, pantas/tidak pantas dari perilaku manusia.

Sedangkan menurut (Hamzah dan Hafied, 2014:16) Tujuan mempelajari etika adalah mempelajari fakta pengalaman manusia, yaitu manusia mampu membedakan yang benar dan salah, yang baik dari yang buruk dan mempunyai rasa wajib untuk melakukan tindakan tertentu. Dalam diri

manusia terdapat keharusan dan tuntunan yang ditaati jika ia hendak hidup secara manusiawi. Dalam hal ini manusia dihadapkan kepada keputusan mengenai tindakan yang sepantasnya atau seharusnya ia laksanakan, yang tidak sepantasnya atau tidak seharusnya dilakukan, dan yang boleh dilakukan atau tidak boleh dilakukan.

Dari beberapa sudut pandang di atas, etika dalam bisnis dapat dimaknai sebagai seperangkat nilai yang berkaitan dengan perilaku baik dan buruk, benar dan salah berdasarkan prinsip moral dari perilaku seseorang dalam berbisnis.

2. Fungsi dan Peranan Etika

Menurut (Hamzah dan Hafid 2014:17-18) Etika mempunyai dua fungsi yang sangat penting dalam aktivitas kehidupan manusia karena: pertama, fungsi motivasi dan kemandirian (*motivation and independent*), yaitu bahwa etika dapat mengajak dan memotivasi orang untuk bersikap kritis dan rasional dalam mengambil keputusan berdasarkan pendapatnya sendiri yang dapat di pertanggung jawabkan. Kedua, fungsi pengarah dan pengembangan (*direction and development*), yaitu bahwa etika dapat mengarahkan masyarakat untuk dapat berkembang menjadi masyarakat yang tertib, teratur, damai, dan sejahtera dengan mentaati norma-norma yang berlaku guna mencapai ketertiban dan kesejahteraan sosial.

Sedangkan menurut (Djakfar 2007:21) apabila seseorang taat pada etika, berkecenderungan akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya, tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis. Secara konkret bisa di-ilustrasikan jika seorang pelaku bisnis yang peduli pada etika, bisa diprediksi ia akan bersikap jujur, amanah, adil, selalu melihat kepentingan orang lain.

Jadi peranan etika dalam bisnis sangatlah penting dalam menunjang keberhasilan dari suatu bisnis dimana pelaku bisnis harus komitmen dalam melaksanakan seperangkat prinsip dan norma etika tersebut dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Berbisnis dalam pandangan Islam adalah termasuk ibadah, agar aktivitas bisnis kita selalu bernilai ibadah, maka aktivitas bisnis yang kita lakukan harus dilandasi dengan etika yang sesuai dengan syariat yang telah ditetapkan Allah SWT melalui Al-qur'an dan sunah Rasulullah SAW.

3. Prinsip Etika Bisnis dalam Islam

Seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang telah digariskan dalam Islam. Teori (Beekun dan Issa Rafik, 2004:34) dalam bukunya Etika Bisnis Islami, prinsip-prinsip etika bisnis Islam antara lain:

1. *Kesatuan (Tauhid)*, Kesatuan ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika bisnis Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Allah SWT. Kenyataan ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan institusi-institusi sosial yang terbatas dan tak sempurna dengan dzat yang sempurna dan tak terbatas. Hubungan vertikal ini merupakan wujud penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Allah SWT, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada ketentuannya.
2. *Keseimbangan*, menggambarkan dimensi horizontal dalam ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Prinsip ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal, Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama manusia yang berisikan ajaran keadilan yang merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya (Muhammad, 2004:55).
3. *Kehendak Bebas*, Di dalam Islam tentunya kehendak bebas dan berlaku bebas dalam menjalankan roda bisnis harus benar-benar dilandaskan pada aturan-aturan syariah. Tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara yang kotor dan bisa merugikan baik sesama pelaku bisnis ataupun terhadap konsumen. Konsep kehendak bebas dalam aktivitas bisnis mengarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan dimana kehendak bebas tidak merenggut hak-hak dan kewajiban setiap orang.
4. *Tanggung Jawab*, Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil untuk dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya.
5. *Kebenaran (Kejujuran dan Kebajikan)*, Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*), yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti yaitu para pedagang Muslim di pasar Ijabah Samarinda. Sedangkan Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis, yakni memaparkan secara praktis tentang perilaku pedagang Muslim di pasar Ijabah kota Samarinda. Adapun alasan dilakukan dipilihnya penelitian deskriptif ini adalah karena peneliti ingin memperoleh gambaran secara langsung yang berhubungan dengan pedagang Muslim di pasar Ijabah kota Samarinda.

Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah khusus pedagang Muslim di pasar Ijabah Samarinda. Pemilihan informan dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *non-probabilitas* yang meliputi teknik *purposive sampling*. Pelaksanaan teknik *non-probabilitas* disebabkan karena tidak semua sampel atau informan dalam penelitian ini memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik *purposive sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan dan kriteria tertentu. Adapun dalam penelitian ini peneliti

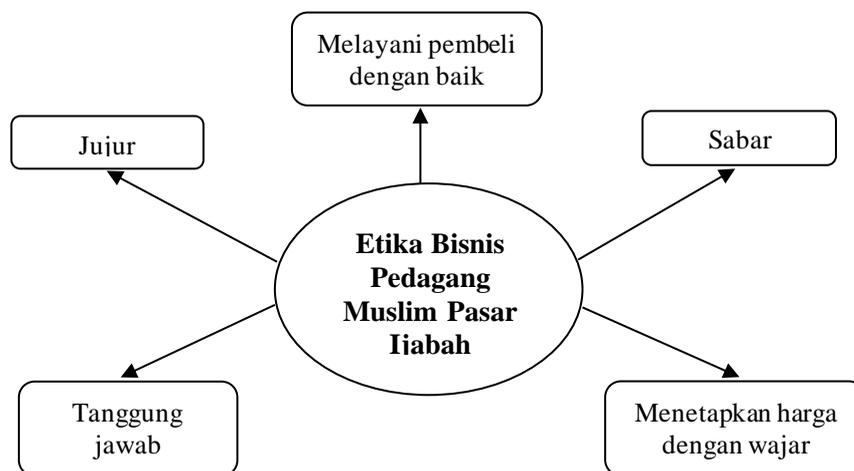
mengambil informan berdasarkan jenis barang yang diperdagangkan meliputi: pedagang sembako, pedagang sayur, pedagang buah, pedagang ikan, pedagang ayam, pedagang makanan, pedagang pakaian, pedagang telur, dan pedagang perabotan.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik wawancara bebas, observasi, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Ijabah Kota Samarinda

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan dengan para pedagang Muslim di pasar Ijabah kota Samarinda tentang etika bisnis di dalam berdagang secara umum dapat dikatakan bahwa pedagang Muslim di pasar Ijabah kota Samarinda menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis dalam berdagang. Hal ini sebagaimana terangkum dalam hasil wawancara dengan para pedagang. Data semua hasil wawancara dengan informan dan pengamatan di lapangan penelitian terkait etika bisnis pedagang Muslim dan pandangan pedagang Muslim dapat dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4.2. Hasil Wawancara Dengan Pedagang Muslim di Pasar Ijabah Kota Samarinda

Sumber: Diolah Pada 14 April 2021

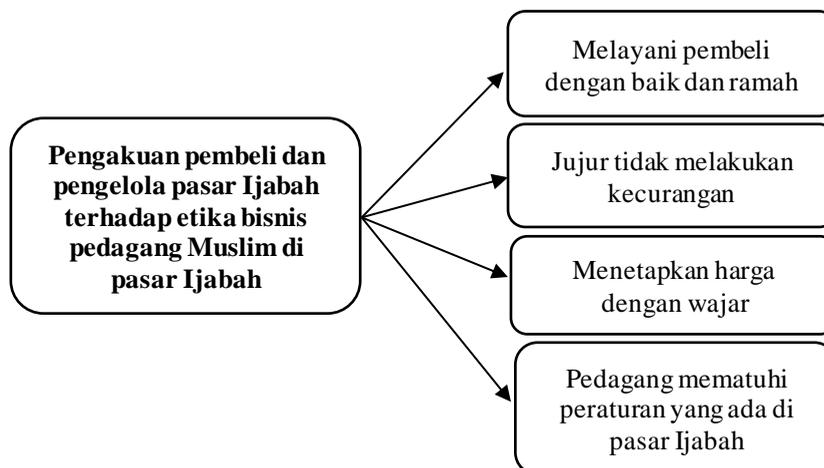
Keterangan dari gambar di atas menjelaskan etika bisnis yang dimiliki pedagang Muslim di pasar Ijabah didasari dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam cukup baik. Prinsip-prinsip meliputi sebagai berikut pertama, memberikan pelayanan yang baik. kedua, jujur. ketiga, sabar. keempat, tanggung jawab dan kelima, menetapkan harga dengan wajar. Keterangan yang telah dipaparkan dari kesimpulan diatas menunjukkan bahwasannya pedagang yang dijadikan informan memiliki pandangan yang positif, yang terlihat dari kesimpulan diatas mengenai etika bisnis pedagang Muslim di pasar Ijabah kota Samarinda.

Analisis Hasil Wawancara dengan Pembeli dan Pengelola UPTD Pasar Ijabah Kota Samarinda Tentang Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Ijabah

Berdasarkan hasil wawancara dengan sebagian pembeli pasar Ijabah kota Samarinda dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Hasil wawancara yang disampaikan oleh para pembeli di pasar Ijabah bahwasannya pelayanan yang diberikan pedagang di pasar Ijabah umumnya baik dan ramah. Terkait dengan kecurangan dan penetapan harga pedagang, berdasarkan keterangan pembeli bahwasannya tidak pernah mengalami kecurangan seperti halnya kecurangan dalam timbangan dan kecurangan dalam menyembunyikan cacat barang. Pedagang di pasar Ijabah bersikap transparan dalam menampilkan barang yang dijual. Dan mengenai harga menurut pembeli pedagang menetapkan harga wajar dan apabila ada kenaikan harga pedagang biasanya memberitahukan kepada pembeli. Hal tersebut menjadikan pembeli senang berbelanja di pasar Ijabah dan memungkinkan pembeli akan kembali lagi untuk berbelanja di pasar Ijabah dan hal tersebut tentunya akan memberikan dampak yang positif yakni meningkatkan pendapatan bagi para pedagang yang melakukan pelayanan yang baik, bersikap jujur dan bersikap ramah-tamah.

Berikutnya adalah hasil wawancara yang disampaikan oleh pengelola UPTD pasar Ijabah bahwasannya para pedagang di pasar Ijabah umumnya mematuhi peraturan yang dibuat pengelola pasar dalam berdagang. Dan tidak pernah ada keluhan dari pembeli serta tidak pernah mendapat laporan mengenai kecurangan serta tidak pernah ada temuan pedagang melakukan kecurangan. Bahkan menurut penjelasan ketua pengelola pasar dimana pasar Ijabah pernah mendapatkan penghargaan mengenai kesesuaian timbangan. Dari hasil wawancara dengan bertanya langsung kepada pembeli dan ketua pengelola pasar Ijabah tentang etika bisnis pedagang Muslim dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.3. Pandangan Pembeli dan Pengelola Pasar Ijabah Terhadap Etika Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Ijabah

Sumber: Data Diolah Pada 15 April 2021

Gambar 4.3. menjelaskan tentang pertanyaan yang disampaikan peneliti kepada pembeli dan ketua pengelola pasar Ijabah menyatakan bahwa etika bisnis yang dimiliki pedagang Muslim pasar Ijabah adalah pertama, melayani pembeli dengan baik dan ramah. Kedua, jujur tidak melakukan kecurangan. Ketiga, menetapkan harga dengan wajar. Dan keempat, pedagang mematuhi peraturan yang ada di pasar Ijabah.

Dari hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa etika bisnis pedagang Muslim di pasar Ijabah kota Samarinda dimana pedagang telah mencerminkan etika bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam menjalankan kegiatan perdagangan terlihat pada saat wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti dari pernyataan dan pengamatan langsung di lapangan terhadap pedagang Muslim, serta diperkuat dari pernyataan pembeli dan pengelola pasar Ijabah dimana perilaku

pedagang telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Pedagang melandasi bisnis dengan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam berdagang sebagaimana tercermin dari hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti mengenai etika bisnis pedagang Muslim di pasar Ijabah.

Hal tersebut sesuai dengan prinsip yang diajarkan dalam etika bisnis Islam, sebagaimana teori yang dikemukakan oleh bekum (2004) yang meliputi 5 prinsip Pertama, *Tauhid* yaitu, memulai bisnis dengan niat yang baik dengan upaya menghindari kecurangan-kecurang dalam berbisnis, karena keyakinan akan ketauhidan bahwa setiap kegiatan bisnis yang ia jalankan akan selalu merasa diawasi Allah SWT, dari segala aktivitasnya. Kedua, *Prinsip keseimbangan* yaitu, berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh pedagang, prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara adil sesuai dengan kriteria yang rasional, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Setiap manusia punya hak untuk perlakuan secara adil dalam keadaan apapun salah satunya dalam transaksi jual beli. Ketiga, *Kehendak Bebas* yaitu, dimana pedagang memberi kebebasan kepada para pembeli dalam menawar harga atau memilih sendiri kualitas barang yang di jual. dalam artian luas tidak merenggut hak-hak dan kewajiban pembeli. Keempat, *Tanggung jawab* yaitu, pedagang memiliki tanggung jawab atas tugas atau kewajiban yang dibebankan kepadanya terhadap kualitas produk yang dijual atau menjaga kualitas barang dagangnya dengan baik dan menanggapi keluhan

dari pembeli dengan baik. Kelima, *Kebenaran (Kejujuran dan Kebajikan)* yaitu, prinsip yang mengajarkan seorang pedagang dalam menjalankan aktivitas dagangannya untuk dapat memberikan manfaat kepada orang lain yang salah satunya dengan memiliki prinsip kejujuran dalam menakar/menimbang dan kebajikan yang ditandai dengan memiliki sikap ramah-tamah terhadap pembeli.

Terlepas dari prinsip-prinsip etika bisnis yang telah diterapkan dengan baik oleh pedagang Muslim di pasar Ijabah Kota Samarinda, berdasarkan pengamatan peneliti melihat masih banyak pedagang secara keseluruhan masih menggunakan kantong plastik sekali pakai yang tidak ramah lingkungan karna sifatnya yang tidak mudah terurai (tidak mudah hancur) yang digunakan pedagang untuk membungkus belanjaan pembeli. Penggunaan berlebih terhadap kantong plastik, mengakibatkan jumlah sampah plastik yang besar, juga apabila perilaku masyarakat membuang sampah sembarangan dimana dampak buruknya akan merugikan bagi lingkungan. Dimana hal tersebut merupakan salah satu tanggung jawab bersama dari berbagai pihak yang memiliki kepentingan salah satunya pengelola pasar dan pedagang yang ada dipasar Ijabah Kota Samarinda.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait etika bisnis pedagang Muslim di pasar Ijabah kota Samarinda dapat ditarik kesimpulan mengenai etika bisnis pedagang muslim di pasar Ijabah Kota Samarinda dalam perspektif Islam. Hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti terhadap para pedagang Muslim yang dijadikan informan serta diperkuat pernyataan pembeli dan ketua pengelola pasar Ijabah kota Samarinda. Menunjukkan bahwasannya para pedagang Muslim di pasar Ijabah yang telah dijadikan informan telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis sebagaimana yang telah diajarkan di dalam agama Islam dalam menjalankan aktivitas berdagang sehari-hari.

Prinsip-prinsip tersebut meliputi: Prinsip kesatuan (*tauhid*) yang diwujudkan pedagang dalam bentuk tidak melakukan kecurangan dan sabar. Prinsip keseimbangan dilakukan dengan menetapkan harga dengan wajar kepada pembeli. Prinsip kehendak bebas diwujudkan dengan pedagang memberikan kebebasan kepada para pembeli dalam hal tawar-menawar harga dan memberikan kesempatan pembeli memilih sendiri kualitas barang yang ingin dibeli. Prinsip Tanggungjawab pedagang menjaga kualitas barang dagangnya dengan baik dan menanggapi keluhan dari pembeli dengan baik. Prinsip Kebenaran (Kejujuran dan Kebajikan) diwujudkan pedagang jujur dalam menakar/menimbang dan kebajikan yang ditandai dengan memiliki sikap ramah-tamah terhadap pembeli.

SARAN

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan, dengan tujuan untuk memberikan masukan agar lebih baik lagi kedepannya, sebagai berikut:

1. Sebaiknya bagi para pedagang di pasar Ijabah khususnya pedagang Muslim kota Samarinda dalam menjalankan aktivitas berdagang tetap memegang teguh pada prinsip-prinsip etika yang telah diajarkan di dalam Islam dan juga serta mengajarkannya apabila memiliki penerus usahanya. Sebab dalam Islam, tujuan yang diinginkan dalam berdagang bukan hanya untuk memperoleh keuntungan semata melainkan adalah keberkahan dari Allah SWT.
2. Saran atau masukan bagi pengelola dan pedagang pasar Ijabah terkait penggunaan kantong plastik tidak ramah terhadap lingkungan yang masih banyak digunakan pedagang di pasar Ijabah dimana dampak buruk dari penggunaan kantong plastik yang dapat mencemari lingkungan dikarenakan sifatnya tidak mudah terurai, dimana harus ada kebijakan dari pengelola pasar dan dilasankan oleh para pedagang yang ada dipasar Ijabah. Misalnya melarang penggunaan kantong plastik sekali pakai yang tidak ramah lingkungan dan mengganti penggunaan kantong plastik dengan alternatif lain yang ramah lingkungan. Dimana di dalam Islam juga mengatur umatnya untuk bertanggung jawab untuk menjaga kelestarian lingkungan.
3. Studi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini masih ada keterbatasan maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti yang lain dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperdalam dan memperluas keilmuan khususnya di bidang ekonomi Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad. (2007). *Ekonomi Islam*, Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Alma Buchari. (2011). *Pengantar Bisnis*, Alfabeta. Bandung.
- Asmani Jamal Mamur. (2007). *Fiqh Sosial Kiai Sahal Mahfud*, Khalista. Surabaya.
- Badroen Faisal, Suhendra, Mufraini Arief, Boshori Ahmad. (2007). *Etika Bisnis dalam Islam*, edisi. 1. Cet. 2. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Bungin Burhan. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Beekum Issa Rafik. (2004). *Etika Bisnis Islam*, Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Djakfar Muhammad. (2007). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, UIN-Malang Press. Malang.
- Departemen Agama. (2003). *Al-Qur'an dan Terjemah*, CV. Putra Abadi. Bandung.
- Data Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Pasar Ijabah. (2020).
- Emzir. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Maghfur Ifdholul, Maulidaul, Fahmul Muhammad. (2019). *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Pasar Nongkojajar Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan*, Jurnal Ilmiah.
- Mujahidin Akhmad. (2014). *Ekonomi Islam*, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mufraini Arief. (2011). *Etika Bisnis Islam*, Gramata Publishing Anggota IKAPI. Depok.
- Mustofa. (2013). *Enterpreneursip Syariah: Menggali Nilai-Nilai Dasar Manajemen Bisnis Rasulullah*, Jurnal Ilmiah.

- Muthmainnah. (2019). *Penerapan Etika Bisnis Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh*. Skripsi Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Negeri Ar-Raniry. Banda Aceh.
- Muhammad. (2004). *Etika Bisnis Islami*, UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Hamzah Yaksan, Hafied Hamzah. (2014). *Etika Bisnis Islami*, Cet 1. Kretakupa Print, Makassar.
- Heryana Ade. (2018). *Informan dan Pemilihan Informan Pada Penelitian Kualitatif*. Jurnal Ilmiah.
- Kamus Bahasa Indonesia. (2003). Balai Pustaka. Jakarta.
- Putra Kevvin Marsellino Gusti. (2020). *Perilaku Pedagang di Sentra Ikan Bulak Surabaya dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam. Vol 3. No 1. UN Surabaya.
- Rahmatullah Helmi. (2016). *Implementasi Aspek-aspek Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pasar Ngasem Tamansari Kota Yogyakarta*. Skripsi Manajemen Dakwah dan Komunikasi Universitas Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Rivai Veithzal. (2012). *Islamic Bussines And Economic Ethics*, Cet 1. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- _____ (2012). *Islamic Economics & Finance*, PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rivai Veithzal & Buchari Andi. (2009). *Islamic Economics*, PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Rinawati. (2014). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional karisa Jeneponto*. Skripsi Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah. Makassar.
- Sinaga Aman. (2007). *Aplikasi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Direktorat Perlindungan Konsumen, Bandung.
- Sujatmiko Eko. (2014). *Kamus IPS*, Aksara Sinergi Media. Surakarta.
- Syarbini Amirulloh dan Haryadi J. (2011). *Muhammad Sebagai Bisnisman Ulung*, PT Elex Media Komputindo Kompas-Gramedia, Jakarta.
- Suyanto M. (2008). *Muhammad Business Strategy & Ethics*, C. V Andi Offset. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta. Bandung.
- _____ (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta. Bandung.
- _____ (2015). *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta. Bandung.

