

Implementasi Etika Bisnis Islami Bagi Pengusaha Terhadap Pelanggan Di Toko Seragam Sekolah di Pusat Grosir Butung Makassar

St. Atirah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone
statirah@yahoo.co.id

Rusdiawan
Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al –Furqan Makassar
Rusdiawan1970@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the application of Islamic business ethics values and the impact felt by school uniform entrepreneurs when implementing Islamic business ethics in their business. There are several principles in Islamic business ethics which consist of the principles of Tawheed, the Principles of Siddiq (Honesty), the principles of Amanah (Trust), the Principles of Tablig, and the principle of Fathanah (Intelligence). The result of this study is that Business Ethics in the Butung Wholesale Market Center environment is not fully in accordance with Islamic Sharia. Traders still give blank notes to customers who ask for harm to others, but out of that, the principles applied by businessmen at Butung Wholesale Center have fulfilled the nature that God and His Messenger implanted. As for what is included in Islamic Business Ethics include the Tauhid Principle which is channeled through zakat expenditure and trade sincerity, the Shiddiq Principle is reflected in the attitude of traders who do not multiply prices in buying and selling, and provide freedom for buyers to choose. The principle of Amanah, in the form of achieving optimal service as a form of gratitude to consumers. The Tabligh principle applied by traders includes communicating with friendliness, and establishing friendship with business partners and consumers. The Fathanah principle is reflected in its intelligence in acquiring and retaining customers.

Keywords: Islamic Business Ethics, Entrepreneurs, Customers and Markets.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam serta dampak yang dirasakan para pengusaha seragam sekolah ketika menerapkan etika bisnis Islam dalam usahanya. Ada beberapa prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu terdiri dari prinsip Tauhid, Prinsip Shiddiq (Kejujuran), prinsip Amanah

Jurnal Ilmiah Al Tsarwah

Program Magister Program Studi Ekonomi Syariah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone

(Kepercayaan), Prinsip Tablig, dan prinsip Fathanah (Kecerdasan). Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Etika Bisnis di lingkungan Pasar Pusat Grosir butung, belum sepenuhnya sesuai dengan syariat Islam. Pedagang masih memberikan nota kosong pada pelanggan yang meminta dengan merugikan pihak lain, akan tetapi keluar dari pada itu, prinsip-prinsip yang diterapkan para pengusaha di Pusat Grosir Butung sudah memadai dengan sifat yang ditanamkan Allah dan Rasulnya. Adapun yang masuk dalam Etika Bisnis Islam diantaranya Prinsip Tauhid yang disalurkan melalui pengeluaran zakat dan keikhlasan berdagang, Prinsip Shiddiq yang tercermin dari sikap pedagang yang tidak melipatgandakan harga dalam jual beli, dan memberikan kebebasan bagi pembeli dalam memilih. Prinsip Amanah, berupa pencapaian pelayanan yang optimal sebagai wujud rasa terima kasih kepada konsumen. Prinsip Tabligh yang diterapkan oleh pedagang diantaranya adalah berkomunikasi dengan ramah, dan menjalin silaturahmi dengan mitra bisnis maupun konsumen. Prinsip Fathanah tercermin dari kecerdasannya dalam memperoleh dan mempertahankan pelanggan.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Pengusaha, Pelanggan, dan Pasar.

PENDAHULUAN

Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kegiatan ekonomi. Bisnis sudah ada sejak dulu, bahkan agama Islam sejak awal munculnya telah memberikan izin untuk berbisnis, Rasulullah SAW juga adalah seorang pebisnis. Namun Rasulullah tidak begitu saja meninggalkan aturan ataupun batasan yang ditentukan Allah dalam menjalankan perdagangan.

Bisnis adalah suatu serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis. Para pelaku bisnis, memiliki kecenderungan untuk melakukan tabrakan kepentingan, saling menghalalkan cara, dalam rangka memperoleh keuntungan sebanyak mungkin, bahkan saling membunuh. Sehingga, pelaku bisnis yang kuat kian mendominasi, sementara yang lemah terporosok di sudut-sudut ruang bisnis.¹

Aktifitas bisnis apapun bentuknya, besar atau kecil, konvensional atau modern merupakan instrument agar memenuhi kebutuhan hidup manusia. Tanpa aktivitas bisnis, hampir mustahil manusia bisa memenuhi

¹ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Cet. 1; Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2004), h. 67

kebutuhan hidupnya sendiri di zaman modern seperti sekarang ini, karena tuntutan hidup yang semakin besar. Oleh karena itu, harus ada pembagian tugas (fungsi) dalam kehidupan komunitas manusia, disatu pihak perlu ada pemilik barang atau jasa (produsen), sedangkan di lain pihak perlu ada pengguna barang atau jasa (konsumen). Kedua pihak akan selalu berinteraksi dengan prinsip saling menguntungkan yang harus dikendalikan oleh nilai-nilai etis atau hukum yang berlaku.²

Dalam ekonomi Islam visi misi bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalnya laba, seperti halnya pada kaum kapitalis yang berprinsip dengan biaya rendah dapat menghasilkan keuntungan yang besar. Melainkan visi misi bisnis Islami lebih mengedepankan manfaat dari suatu produk serta keberkahan dalam memperoleh keuntungan.

Sejak dulu Rasulullah SAW telah mencontohkan cara bermuamalah yang di dalamnya mencakup tentang perdagangan dengan cara yang bersih dari tipu daya, mengajarkan kita untuk berbuat jujur dan menjunjung tinggi nilai keadilan. Bahkan Rasulullah menekankan dalam hal harga, dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan kekuatan penawaran. Pasar merupakan tempat berkumpul para penjual yang menawarkan barang ataupun jasa kepada para pembeli yang mempunyai keinginan dan kemampuan untuk memiliki barang dan jasa tersebut hingga terjadinya kesepakatan transaksi atau *transfer* atas kepemilikan barang atau kenikmatan jasa.³

Rasulullah menyuruh manusia untuk mencari rezeki yang halal dan sebagian besar rezeki manusia diperoleh dari aktivitas perdagangan.⁴ Walaupun pekerjaan yang paling baik adalah berdagang. Namun, Rasul tidak

² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islami*, (Cet. 1; Malang: UIN-Malang Press, 2008), h. 175-176

³ Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Ed. 1 (Cet. 1; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 40.

⁴ *Ibid.*, h. 45.

dengan begitu saja meninggalkan aturan, kaidah, ataupun batasan-batasan yang harus diperhatikan dalam dunia bisnis. Jika seorang pebisnis mengalami kerugian dalam bisnisnya, maka hendaknya dia rela menerimanya dengan lapang dada, tenteram dan menenangkan dirinya dengan mengingat bahwa Allah Swt. tidak pernah berbuat kecuali untuk kebaikan dirinya.

Perdagangan atau pertukaran dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai proses transaksi yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kepada kedua belah pihak, atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan *utility* (kegunaan) bagi pihak-pihak yang terlibat.⁵

Islam tidak mengajarkan didalam berbisnis hanya mengedepankan keuntungan semata, tetapi Islam juga mengajarkan pula bahwa didalam pencapaian tujuan harus mengikut sertakan Allah di dalam transaksinya, bahkan bisnis harus dilakukan dengan ketelitian dan kecermatan dalam proses administrasi dan perjanjian-perjanjian dan bisnis, tidak boleh dilakukan dengan cara penipuan, kebohongan, hanya karena ingin memperoleh keuntungan.⁶ Di dalam pencapaian keuntungan ada beberapa prinsip-prinsip yang harus dipenuhi didalam etika bisnis islam yaitu prinsip Tauhid, prinsip Shiddiq, prinsip Amanah, prinsip Tabligh, dan prinsip Fathanah.

Menurut Qardhawi, antara ekonomi (bisnis) dan akhlak (etika) tidak pernah terpisah. Seperti halnya antara ilmu dan akhlak, antara politik dan akhlak, dan antara perang dan akhlak, akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islam. Karena risalah Islam adalah risalah akhlak. Sebagaimana pula tidak bisa terpisah antara agama dan negara dan juga antara materi dan rohani, karena orang muslim yakin akan kesatuan hidup dan kesatuan

⁵ Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Cet. 1; Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 1.

⁶ Muhammad dan Alimin, *op. cit.*, h. 54

kemanusiaan.⁷ Di dalam berdagang, sangatlah dibutuhkan yang namanya etika, agar tidak terjadi pelanggaran yang dapat merugikan salah satu pihak, baik itu penjual maupun pembeli.

Dewasa ini masih banyak ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Masih banyak para pedagang yang melakukan penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang. Dimana di dalam penerapan transaksi di pusat-pusat perbelanjaan banyak sekali terjadi kemerosotan dalam rasa solidaritas, tanggung jawab sosial, dan tingkat kejujuran serta adanya persaingan yang tidak sehat, saling curiga, sulit percaya kepada seorang pengusaha jika berhubungan untuk pertama kali.⁸

Kepercayaan baru terbentuk jika sudah terjadi transaksi beberapa kali. Namun, ada saja yang mencari peluang untuk menipu, setelah terjadi hubungan dagang yang mulus dan lancar beberapa kali dan pembayaran lancar. Serta, sudah saling percaya, tapi akhirnya yang satu menipu yang lainnya, memanfaatkan kepercayaan yang baru terbentuk, serta gejala persaingan tidak sehat⁹

Dalam dunia bisnis memiliki keinginan untuk memperoleh keuntungan merupakan suatu hal yang wajar, akan tetapi hak pembeli harus tetap dihormati, dalam artian penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli. Sementara mereka masih berasumsi secara konvensional, sehingga menganggap ukuran keberhasilan suatu bisnis terletak pada seberapa besar keuntungan dalam bentuk materi yang diperoleh serta seberapa banyak barang yang bisa terjual.

Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan diatas, jelaslah bahwa dalam berbisnis itu di butuhkan etika yang benar dalam prakteknya.

⁷ Muhammad Djakfar, *op. cit.*, h. 86

⁸ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Cet. 1; Bandung: Alfabeta, 2009), h. 199

⁹ *Ibid.*

Implementasi etika bisnis, harus tetap dikawal dengan baik agar tidak melakukan penyimpangan terhadap sistem yang telah ada, yang didasarkan pada syariat islam dengan tetap berpedoman pada Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW., maka dengan melihat realitas yang ada di atas, penulis sangat tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut kedalam skripsi dengan judul "Implementasi etika bisnis Islami bagi pengusaha terhadap pelanggan (study kasus pada toko seragam sekolah di pusat grosir butung makassar)." Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis dapat menarik rumusan masalah mengenai hal tersebut, antara lain sebagai berikut: Bagaimana implementasi etika bisnis Islami bagi pengusaha terhadap pelanggan pada toko seragam sekolah di pusat grosir butung makassar dan Apa dampak penerapan etika bisnis Islam ini bagi pengusaha terhadap pelanggan pada toko seragam sekolah di pusat grosir butung makassar .

METODE

Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data-data dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1). Observasi

Observasi merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh peneliti terhadap suatu proses atau objek dengan maksud untuk memahami pengetahuan dari sebuah fenomena/perilaku berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya. Observasi bisa diartikan sebagai suatu pengamatan yang dilakukan terhadap objek penelitian.¹⁰ Serta Observasi salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap obyek yang diamali secara langsung.

Instrumen observasi dalam penelitian ini digunakan untuk menghimpun berbagai macam keterangan (data) yang dilakukan dengan cara melakukan

¹⁰ Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Ed. 1, (Cet. 1; Jakarta: Gramata Publishing, 2013), h. 93.

pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai Implementasi Etika Bisnis Islami bagi Pengusaha terhadap Pelanggan.

Tabel Pedoman Observasi

Pedoman Observasi	
Aspek Observasi	Keterangan
Prinsip Tauhid : <ul style="list-style-type: none"> • Mengeluarkan zakat 	Ya
Prinsip Shiddiq : <ul style="list-style-type: none"> • Para pedagang besikap jujur terhadap pelanggan 	Ya
Prinsip Amanah : <ul style="list-style-type: none"> • Produk yang berkualitas • Bertanggung jawab • Adil 	Ya Ya Ya
Prinsip Tabligh : <ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang ramah • Kepuasan pelanggan 	Ya Ya
Prinsip Fathanah : <ul style="list-style-type: none"> • Kecerdasan dalam memperoleh dan mempertahankan pelanggan 	Ya

2) Wawancara

Metode Wawancara merupakan suatu metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung (tanpa alat) terhadap gejala obyek yang diteliti, baik yang dilakukan dalam situasi sebelumnya maupun dalam situasi yang khusus diadakan, metode Wawancara ini merupakan Percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan

oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*Interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Jadi wawancara disini adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya jawab langsung kepada responden.¹¹

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data-data primer dengan melalui data-data dari prasasti, naskah-naskah kearsipan (baik dalam bentuk barang cetakan maupun rekaman), artikel, brosur, data gambar/foto/blue print dan lain sebagainya.¹²

Dokumentasi menurut Irawan, sebagaimana yang dikutip oleh Sukandarrumidi dalam bukunya, ialah teknik pengumpulan data yang ditujukan kepada subjek penelitian. Dokumen dapat berupa catatan, buku, laporan kerja, arsip-arsip laporan keuangan, gambar, foto, video dan lain sebagainya.¹³

Menurut Deddy Mulyana, suatu dokumen dapat mengungkapkan bagaimana subjek mendefinisikan dirinya sendiri, lingkungan, dan situasi yang dihadapinya pada suatu saat, serta bagaimana kaitan antara definisi diri tersebut dalam hubungan dengan orang-orang di sekelilingnya dengan tindakan-tindakannya.¹⁴

4) Studi Pustaka

Metode studi pustaka digunakan untuk mengumpulkan data-data dengan melakukan penelusuran dari berbagai jenis kepustakaan untuk

¹¹ *Ibid.*, h. 83.

¹² Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Cet. I; Yogyakarta: UII Press, 2005), h. 138.

¹³ Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian*, (Cet. 4; Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012), h. 100-101.

¹⁴ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Cet. III; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 195.

memperoleh berbagai teori, konsep, dalil-dalil, variabel, hubungan variabel, hasil-hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan materi penelitian serta data-data sekunder sebagai langkah awal kegiatan penelitian.¹⁵

2. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data-data yang telah dikumpulkan maka diperlukan alat analisis. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Descriptive Analysis*. Adapun teknik *Descriptive Analysis* bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi obyek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu kepermukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu.¹⁶

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Etika Bisnis Islami bagi Pengusaha terhadap Pelanggan di Toko Seragam Sekolah Pasar Pusat Grosir Butung Makassar.

Kunci sukses dalam berbisnis terletak pada etika yang diterapkan dalam bisnis tersebut. Dalam mengelola bisnisnya, Rasulullah memegang teguh prinsip berdagang yang merupakan sifat-sifat beliau sehingga membawa keberkahan dalam berbisnis. Sifat-sifat tersebut merupakan suri tauladan yang dapat diikuti oleh para pelaku bisnis agar bisnis yang digeluti tidak menyimpang dari etika Islam. Sifat-sifat ini pula yang telah diterapkan oleh pedagang seragam sekolah di Pusat Grosir Butung Makassar.

a) Prinsip Tauhid

¹⁵ S. Nasution, *Metodologi Research Ilmiah*, ([t. Cet]; Jakarta: Bumi Aksara , 2000), h. 15.

¹⁶Burhan Mungim, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 68.

Tauhid adalah prinsip umum hukum Islam. Prinsip ini menyatakan bahwa semua manusia ada dibawah satu ketetapan yang sama, yaitu ketetapan Tauhid yang dinyatakan dalam kalimat *Lai'ilaha illah Allah* (Tidak ada tuhan selain Allah). Tauhid ini merupakan fondasi utama seluruh konsep dan aktivitas umat Islam, baik menyangkut ibadah maupun muamalah, dalam rangka menciptakan pola kehidupan yang sesuai kehendak Allah. Ketika seseorang melakukan pekerjaan maka itu tidak lain karena ingin memenuhi perintah Allah, karena segala sesuatu bertitik tolak dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah, menggunakan sarana dan sumber daya sesuai syariat Allah. Salah satu bentuk memenuhi perintah Allah adalah dengan cara mengeluarkan Zakat. Para respondent di pasar Pusat Grosir Butung menyatakan mengeluarkan zakat dalam usahanya, mereka beranggapan bahwa zakat hukumnya wajib, untuk membersihkan harta yang dimiliki.

Mengenai persoalan Zakat, seorang Respondent mengemukakan bahwa :

“Zakat itu hukumnya wajib bagi orang yang beragama muslim. jadi kalau ditanyakan penting atau tidaknya, pastinya pentinglah. Apalagi zakat itu dikeluarkan untuk membersihkan harta dan bahkan menjaga harta dari keburukan-keburukan dunia, sedangkan harta itu hanyalah titipan, jadi sebagai tanda Syukur kita atas nikmat yang diberikan oleh Allah yaitu dengan cara mengeluarkan zakat, bukan cuma itu saja tapi juga infak dan sedekah.”¹⁷

Adanya praktik ekonomi dan agama tidak bisa dipisahkan antara satu dengan yang lain, karena saling berhubungan dan membentuk dasar yang kuat dan kokoh dalam menjalankan usaha atau kegiatan ekonomi di pasar pusat grosir butung. Dalam hal Tauhid mereka tetap memegang

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Isma, Pemilik Toko An-nur di Pusat Grosir Butung, pada hari Kamis tanggal 01 September 2016 Jam 10.31 - 10-55 WITA., di Makassar.

teguh dan takut akan dunia yang nantinya menjadi penghalang masuk surga di akhirat kelak.

Seorang pengusaha harus memiliki rasa ikhlas dan semata-mata berjualan untuk memenuhi kebutuhan keluarga, dengan niat ibadah. Jika seorang pedagang berbuat baik kepada para pembeli dan melayani pembeli dengan sepenuh hati, maka semuanya akan kembali pada diri seorang pengusaha, jika perbuatannya baik maka dibalas pula dengan kebaikan, begitu pula sebaliknya.¹⁸

b) Prinsip Shiddiq

Prinsip kejujuran dalam Etika Bisnis Islam merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan kinerja usaha. Kegiatan bisnis akan berhasil jika didasari dengan prinsip kejujuran, karena kejujuran menumbuhkan kepercayaan. Kejujuran dalam menjalankan usaha, adalah mutlak harus ada. Karena kejujuran merupakan kunci mencapai derajat yang lebih tinggi baik secara materi maupun di sisi Tuhan Yang Maha Esa. Bukan hanya itu saja, kejujuran merupakan tonggak utama untuk menjalankan sebuah usaha, agar para konsumen tetap terus terjaga untuk bisa kembali lagi kepada pedagang, dan meningkatkan pembelian dari sebelumnya.

Ahmad Madhar, merupakan pedagang seragam sekolah (Toko Lumayan) menyatakan jika bekerja ataupun usaha yang di jalankan apapun itu, jika ingin usahanya maju, maka dalam hal mengelolanya, harus bersikap jujur kepada pelanggan atau konsumen. Karena kejujuran yang diterapkn, akan berdampak pada kepercayaan konsumen dalam menggunakan barang atau jasa, serta dapat menambah penghasilan, disekan pedagang yang

¹⁸ Hasil Wawancara dengan H. Nasrung, Pemilik Toko lin di Pusat Grosir Butung, pada hari Kamis tanggal 01 September 2016 Jam 11.02 – 11.20 WITA., di Makassar.

berlaku jujur akan disenangi oleh calon konsumen yang ingin membeli dagangannya”.¹⁹

Sifat jujur dapat menumbuhkan kasih sayang terhadap sesama manusia apalagi sesama muslim, sebagaimana seseorang yang mencintai dirinya sendiri. Hal ini sesuai dengan yang diajarkan Rasulullah SAW., tentang kesempurnaan seorang muslim yang memiliki sifat jujur dalam mengelola usaha, dapat mengarah pada kejujuran pada kehidupan sehari-harinya, terutama dalam melakukan transaksi jual beli dan berinteraksi antar sesama manusia.

Konsep harga yang tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah diterapkan oleh para pedagang seragam sekolah di Pusat Grosir Butung, hal ini sudah menjadi salah satu nilai lebih yang dimiliki oleh para pedagang seragam sekolah, karena harga yang diberikan sesuai dengan jenis bahan, mereka juga memberikan pilihan bagi para pembeli untuk memilih yang mahal atau murah dengan kualitas barang yang berbeda. Kejujuran yang ditekankan disini adalah bahwa harga yang diberikan tersebut sesuai dengan kualitas.

Allah SWT dalam kegiatan muamalah melarang manusia merugikan orang lain, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Selain itu manusia juga dilarang memakan harta yang diperolehnya dengan cara batil (tidak sah), kegiatan jual beli merupakan salah satu kegiatan yang dapat memicu persoalan dalam kehidupan seseorang dari segala lapisan masyarakat, Salah satu sifat yang terpenting bagi pebisnis yang diridhai Allah SWT adalah kejujuran. Kejujuran merupakan faktor penye keberkahan bagi pedagang dan pembeli, namun

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Ahmad Madhar, Pemilik Toko lin di Pusat Grosir Butung, pada hari Kamis tanggal 01 September 2016 Jam 11.02 – 11.20 WITA., di Makassar.

sebaliknya jika jual beli tersebut saling menyembunyikan kebenaran dan berdusta, maka akan melenyapkan keberkahan transaksi tersebut.

Salah seorang pedagang seragam sekolah di Pusat Grosir Butung menyatakan bahwa keuntungan yang di peroleh dari usahanya mencapai 15% sampai dengan 20%. Jika kualitas barangnya bagus, maka keuntungan yang di peroleh bisa mencapai 20%, tapi kalau rendah maka keuntungannya hanya mencapai 15%. Keuntungan yang diperoleh tetap sama antara produksi sendiri maupun di peroleh dari pihak lain²⁰

Terkait masalah kenaikan harga barang pada saat musim seragam sekolah, dimana keuntungan yang diperoleh responden meningkat hingga 5% sampai dengan 10% dari harga hari-hari biasa, hal ini masih dalam batas kewajaran. Karena pada saat itu harga bahan-bahan seragam sekolah juga naik dipasaran, sehingga pihak pedagang juga menaikkan harga barangnya.

“Jelas terjadi perbedaan harga pada saat musim seragam sekolah dengan hari-biasa. Hal ini disekan karena pada saat musim seragam sekolah para pedagang yang menjual bahan-bahan seragam sekolah seperti kain, benang, plastik, kanci dan retsleting naik. Jadi secara otomatis harga barang di naikkan dari harga sebelumnya.”²¹

Seorang pedagang Seragam Sekolah (Toko N.D.S. Amanah) yang bernama Ibu Nadirah, dalam kesehariannya juga menerapkan prinsip kebebasan pada saat transaksi, beliau berkata bahwa dalam hal memilah bahan yang ingin dibeli oleh pelanggan, beliau memberikan kebebasan dalam menawar barang, namun hal tersebut harus didasari tanggung jawab

²⁰ Hasil Wawancara dengan Dardi, Toko Minasa Jaya di Pusat Grosir Butung, pada hari Kamis tanggal 03 September 2016 Jam 15.02 – 15.20 WITA., di Makassar.

²¹ Hasil Wawancara dengan Hamidah, Pemilik Toko Sinar Amanah di Pusat Grosir Butung, pada hari Sabtu tanggal 10 September 2016 Jam 10.12- 10.55 WITA., di Makassar.

antara kedua belah pihak, agar tidak terjadi ketimpangan dalam bertransaksi dan tidak semata-mata hanya meraup keuntungan dari para konsumennya.²²

Prinsip Amanat

Amanah berarti dapat dipercaya, dan amanah juga bisa bermakna memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya, serta ikhlas dalam melaksanakan kewajibannya. Keikhlasan yang dimiliki oleh pedagang tidak lain merupakan bentuk perwujudan dalam menjalankan usahanya yang didasarkan dalam ajaran agama Islam itu sendiri, akan tetapi sifat keikhlasan itu dapat luntur atau tercemar dengan adanya sifat amarah yang dimiliki oleh seseorang.

Sikap bertanggung jawab dan dapat dipercaya, yang ditampilkan oleh para pedagang seragam sekolah di Pusat Grosir Butung, yaitu pedagang memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, artinya bahwa konsumen sebagai raja dan konsumen diprioritaskan dalam terciptanya kebutuhan mereka, dengan cara memberikan pelayanan yang tepat dan cepat, murah senyum, dan pelayanan yang ramah.

Dari beberapa pertanyaan yang diberikan pada para pelanggan yang ada dilokasi penelitian, menyatakan puas berbelanja di pasar Pusat Grosir Butung, dikarenakan para pedagang yang ada di Pusat Grosir Butung bersikap ramah dan harga yang berikan sesuai dengan kualitasnya.²³

Kegiatan jual beli dalam rangka mencari keuntungan seharusnya dilakukan dengan cara yang diperbolehkan oleh syariat islam, sehingga tidak hanya mendapatkan keuntungan tapi juga keberkahan. Namun,

²² Hasil Wawancara dengan Nadira, Pemilik Toko N.D.S. Amanah di Pusat Grosir Butung, pada hari Kamis tanggal 01 September 2016 Jam 15.12- 15.30 WITA., di Makassar.

²³ Hasil Wawancara dengan Rukaya, Pelanggan Toko An-nur di Pusat Grosir Butung, pada hari Kamis tanggal 01 September 2016 Jam 11.02 – 11.05 WITA., di Makassar.

kenyataan yang ada bahwa masih ada sebagian pedagang seragam sekolah yang memberikan Nota Kosong pada pembelinya. Padahal sebenarnya, hal demikian tidak sewajarnya dilakukan, karena Memberikan Nota Kosong pada pelanggan dengan alasan takut jika pelanggannya lari kepedagang lain, tanpa melihat sisi lainnya. Menandakan bahwa tidak semua Implementasi Etika Bisnis Islam terlaksana dalam transaksi seragam sekolah di Pusat Grosir Butung.

Perdagangan yang dilakukan oleh para pedagang seragam sekolah dengan tetap memberikan Nota Kosong pada pelanggan pada dasarnya sah karena rukun telah terpenuhi, namun karena adanya penyertaan nota kosong yang kemudian nota pembelian tersebut di tulis ulang harganya dengan menambah harga pembelian oleh pihak pelanggan menggunakan nama toko seragam sekolah yang ada di pusat grosir butung, dengan tujuan mendapat keuntungan maka hukum penjualan tersebut menjadi *fasid*. Jual beli *fasid* pada hakikatnya atau esensinya tetap dianggap sah namun yang rusak atau tidak sah adalah sifatnya.

Dari pengamatan penulis, etika bisnis Islam memegang peranan yang sangat penting bukan hanya diaplikasikan oleh UKM saja, akan tetapi para pengusaha yang sudah bisa dikatakan sebagai pengusaha yang sudah *go public* juga. Karena didalam Al-Qur'an, mengajak manusia untuk mempercayai dan mengamalkan tuntutananya dari segala aspek kehidupan, didalam Al-Qur'an seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dalam dunia bisnis seperti jual beli, untung rugi dan sebagainya.²⁴ Sehingga dengan adanya etika bisnis Islam ini, dapat mengontrol berbagai macam keinginan yang dilakukan oleh para pebisnis-pebisnis khususnya para pedagang di Pasar Pusat Grosir Butung.

²⁴ Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta : Salemba Diniyah, 2002), h. 25.

Ibu Ninink (Pemilik Toko Firdaus), ketika ditanya tentang dampak yang dirasakan ketika menerapkan etika bisnis islam. Beliau mengatakan bahwa ada banyak dampak yang dirasakan ketika menerapkan etika bisnis Islam dalam usahanya. Hal ini membuat ibu ninink dan suami dipercaya oleh para pelanggan, sehingga mereka mampu membeli ruko, mobil, dan rumah dari hasil usahanya.²⁵

Begitupula yang di rasakan oleh Ahmad Madhar (Toko Lumayan), ketika menerapkan Etika Bisnis Islam seperti kejujuran dan tanggung jawab, maka hal ini akan menjadi pemicu para pembeli senang untuk berbelanja, sehingga mereka tidak akan mau berpindah ke tempat lain. Ketika hal itu terjadi maka secara otomatis akan mempertahankan pelanggan bahkan bisa saja menambah pelanggan baru.²⁶

Etika Bisnis Islami merupakan sesuatu yang sangat urgen dalam kehidupan seorang muslim, dengan mengaktualisasikan ajaran-ajaran agama menghasilkan etika bisnis Islami, sehingga dapat meningkatkan keuntungan. Bukan hanya keuntungan yang bersifat duniawi saja, namun juga keuntungan akhirat dalam menjalankan usahanya, agar tercapai keinginan yang sesuai dengan koridor yang ditetapkan agama Islam. Sehingga, dampak yang dirasakan ketika implementasi etika bisnis islami itu di laksanakan dalam sebuah usaha atau perdagangan, akan memperoleh dan mempertahankan pelanggan, bertahannya sebuah usaha sehingga mampu menjadi lebih besar, adanya perasaan yang aman karena tidak dihantui oleh rasa bersalah karena bermain curang, tercapainya keinginan berupa kebahagiaan di dunia, semakin bertambahnya mitra usaha, semakin meningkatnya kepercayaan yang di peroleh, serta bertambahnya

²⁵ Hasil Wawancara dengan Ninink, Pemilik Toko Firdaus di Pusat Grosir Butung, pada hari Sabtu tanggal 10 September 2016 Jam 13.12- 13.55 WITA., di Makassar.

²⁶ Hasil Wawancara dengan Ahmad Madhar, Pemilik Toko lin di Pusat Grosir Butung, pada hari Kamis tanggal 01 September 2016 Jam 11.02 – 11.20 WITA., di Makassar.

keberkahan yang diperoleh dalam sebuah usaha sehingga bisa memperoleh pahala dalam Usahanya.

Hal ini senada dengan yang di katakan ibu Hj. Rabiah, ketika ditanya mengenai dampak yang dirasakan selama menerapkan etika bisnis islam dalam usahanya, beliau menyatakan :

“Dampaknya, dapat menambah pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada, hal ini dikarena pedagang yang jujur dan bertanggung jawab pasti akan disenangi oleh pembeli. Sehingga meningkatkan pendapatan dan bahkan hal ini menjadi pemicu terpenuhinya kebutuhan dan keinginan keluarga. Alhamdulillah dari usaha ini, saya sudah mempunya 2 rumah, toko, dan 2 mobil.”²⁷

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah dilakukan kajian analisis dan pembahasan pada sebelumnya, atas permasalahan yang dirumuskan dan sesuai dengan tujuan penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Para pengusaha di pusat grosir butung makassar, sebagian dari pengusahanya belum sepenuhnya menjalankan etika bisnis sesuai dengan syariat Islam. masih ada pedagang yang memberikan kelonggaran bagi para pembeli meminta Nota Kosong dengan alasan takut jika pelanggannya berpindah ke tempat lain, sehingga mengurangi keuntungan yang akan diperolehnya. Akan tetapi dalam hal penentuan harga, para pengusaha di pusat grosir butung tidak mengambil untung terlalu tinggi dari barang dagangannya, serta masih memberikan hak bagi pembeli untuk mengembalikan barang jika terjadi kerusakan,

²⁷ Hasil Wawancara dengan Hj. Rabiah, Pemilik Toko Rainal Jaya H&R di Pusat Grosir Butung, pada hari Sabtu tanggal 10 September 2016 Jam 09.12 – 09.30 WITA., di Makassar.

ataupun tdk sesuai dengan pesanan, dan para pengusaha seragam sekolah di pusat grosir butung masih memperhatikan zakat, dan hubungan baik (*ihsan*) dengan sesama pengusaha.

- 2) Dampak yang di rasakan para pengusaha seragam sekolah ketika menerapkan etika bisnis Islam, terkait masalah tauhid, kepercayaan, kejujuran, keterbukaan, keadilan, kerelaan, tanggung jawab dan hubungan baik (*Ihsan*). Hal tersebut berdampak, berupa memperoleh dan mempertahankan pelanggan, semakin bertambahnya mitra usaha, semakin meningkatnya kepercayaan yang di peroleh, serta bertambahnya keberkahan dalam usahanya, sehingga memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan sebagai berikut:

- 1) Agar usaha yang di peroleh bertambah berkah, sebaiknya pihak pengusaha tidak memberikan nota kosong bagi pelanggan yang meminta, sekalipun mereka mengancam untuk berhenti berlangganan, karena rezeki itu sudah diatur oleh Allah SWT.
- 2) Seharusnya ada pengawasan terhadap sikap para pedagang ketika melakukan transaksi jual beli, apalagi para pedagang yang ada di pasar pusat grosir butung mayoritas pedagangnya itu beragama Muslim, serta adanya pembinaan terhadap para pedagang, agar mereka dapat lebih paham dan mengerti tentang etika bisnis islami.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulahanaa, *Kaidah-kaidah Keabsahan Multi Akad (Hybrid Contract)*, Cet. 1; Yogyakarta: Trust Media, 2014.
- Ahmad, Zainal Abidin. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, Cet. 1; Jakarta: Bulan Bintang, 1979.

- Al-arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011.
- Alma, Buchari. dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Cet. 1; Bandung: Alfabeta, 2009.
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, Ed. 1, Cet. 1; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Ed. 1; Cet. 6; Jakarta: Kencana Prenada Group, 2013.
- Dawabah, Asyraf Muhammad. *Menjadi Pengusaha Muslim*, Cet. 1; Jakarta: Pusta Al-kautsar, 2005.
- . *Menjadi Entrepreneur Muslim Tahan Banting*, Cet. 1; Solo: Al-jadid, 2009.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, [t. Cet] ; Jakarta : Cv. Swakarya, 1989.
- Dikutip dari [www. id.wikipedia.org](http://www.id.wikipedia.org), Diakses Tanggal 01 Desember 2015.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islami*, Cet. 1; Malang: UIN-Malang Press, 2008.
- . *Anatomi Perilaku Bisnis*, Malang : UIN-Malang Press, 2009.
- Elrais, Heppy. *Kamus Ilmiah Populer*, Cet. 1; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Firmansyah, Adimas Fahmi. “Praktek Etika Bisnis Islam” (studi kasus pada Toko Santri Syariah Surakarta), *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga, 2013.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah; Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat*, Cet. 1; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Herlambang, Tedy. *Ekonomi manajerial dan Strategi Bersaing*, Ed. 1, (Cet. 1; Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), h. 9
- Hamdani, Ikhwan. *Sistem Pasar dan Pengawasan Ekonomi (Hisbah) dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Nur Ihsan , 2003.
- Ismanto, Kuart. *Manajemen Syari'ah*, Cet. 1; Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2009.
- Johan, Suwinto. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Ed. 1, Cet. 1; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Cet. 1; Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

- Kasmir, *Kewirausahaan*, Ed. 1, Cet. 1; Jakarta: PT RajaGrafindon Persada, 2006.
- Kartajayaa, Hermawan. dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Cet. 3; Bandung: Mizan, 2006
- Lesmana, Erik. Implementasi Etika Bisnis Islam dalam menghadapi Persaingan Usaha (studi kasus terhadap pedagang muslim di pasar ciputat tanggerang), *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.
- Muflih, Muhammad. *Prilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Ed. 1, Cet. 1; Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006.
- Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Cet. 1; Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004.
- Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta : Salemba Diniyah, 2002.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Prespektif Islam*, Cet. 1; Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, Cet. III; Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Mungim, Burhan. *Peneltian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* Jakarta: Prenada Media Group, 2008.
- Nasution, S. *Metodologi Research Ilmiah*, [t. Cet]; Jakarta: Bumi Aksara , 2000.
- Nurohman, Dede. *Memahami Dasar-dasar Ekonomi Islam*, Cet. 1; Yogyakarta: Teras, 2011.
- Prihadi, Yucki. *Sukses Bisnis Melalui Manajemen Rasulullah SAW*, Jakarta: Gramedia, 2012