ANALISIS ETIKA PERSAINGAN BISNIS PEDAGANG MUSLIM DI PASAR PANORAMA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

ADI WIRANATA
NIM. 212 313 8368

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2017 M/ 1438 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Adi Wiranata, NIM 2123138368 dengan judul "Analisis Etika Persaingan Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Panorama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam", Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi Syari'ah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu,10 Januari 2017 M
Jumadil Awal 1438 H

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Nurul Hak, MA	**Romi Adetio Setiawan, MA**
NIP. 199606161995031002	NIP. 198312172014031001

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736)51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Analisis Etika Persaingan Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Panorama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam, oleh Adi Wiranata NIM. 2123138368, Program Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Senin

Tanggal : 20 Februari 2017 M/Rabiul Awal 1438 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 28 Februari 2017 M
Jumadil Awal 1438 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua	**Sekretaris**
Drs. Nurul Hak, MA	Romi Adejio Setiawan, MA
NIP. 199606161995031002	NIP. 198312172014031001
Penguji I	**Penguji II**
Dr. Asnaini, MA	Miti Yarmunida, M. Ag
NIP. 197304121998032003	NIP. 197705052007102002

Mengetahui,
Dekan

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

MOTTO

فَمَن يَعۡمَلۡ مِثۡقَالَ ذَرَّةٍ خَيۡرٗا يَرَهُۥ ٧ وَمَن يَعۡمَلۡ مِثۡقَالَ ذَرَّةٖ شَرّٗا يَرَهُۥ

٨

Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula. (Q.S. Al-Zalzalah 7-8)

"Kedepankan Akal dan Pikiran ketimbang Ego

karena disitulah letak sebuah keberhasilan"

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan cintai, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimaksih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibunda Saipi dan Ayahanda Sukirman yang telah memberikan kasih saying, cinta dan segala dukungan yang tiada hentinya. Mungkin tidak dapat ku balas hanya dengan lembaran kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadikan langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia, karena kusadari selama ini aku belum mampu berbuat lebih. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu mendo'akanku, memberi kasih sayang, memberi motivasi, dan tak puas menasehatiku untuk itu aku hanya mampu mengucapkan terimakasih Ibu terimaksih Ayah.
2. Untuk adik–adikku yang tercinta Popi Martini dan Aprozi Wiranata, terimakasih atas kehadiran kalian saat aku jenuh dalam rutinitasku. Kebersamaan didalam keluarga mampu membuatku lebih baik lagi, kebahagiaan yang tidak akan pernah putus meskipun kita berpisah. Kasih sayang kalian mampu membuatku terus berjuang sehingga terselesainya karya ini. Hanya ini kata–kata yang tertuang didalam kertas ini yang mampu aku berikan kepada kalian sebagai ungkapan terimakasih. Terimaksih adik–adikku, aku janji akan membuat kalian bangga mempunyai kakak seperti aku.
3. Buat sahabatku Oktanto Arto, Lukman Nul Hakim, Adi Saputra, Agnes Efrizal (Rizal), M. Abdurrahman, Rudiansyah, Nopiansah, Okhie Fitrama S., Wulandari, Mery Lestari, Ningsih Hartati, Sri Nurlina Sari, Pipian, Maryana, Gusni Yunita, Asri Marlina, Mitriani, dan semua anak Ekonomi Islam kelas E serta teman-teman anak Ekonomi Islam lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir saya ucapkan terimakasih untuk kalian semua atas bantuan, nasehat, hiburan, traktiran, do'a dan semangat yang telah kalian berikan untukku selama saya

kuliah. Saya tidak akan melupakan semua kebaikan kalian yang telah kalian berikan. Dan jika selama kebersamaan kita dalam menempuh perkuliahan terdapat hal-hal yang kurang berkenan dihati kalian, saya hanya mampu meminta maaf atas kekhilafanku itu. Dari semua yang kita lakukan selama masa perkuliahan akan menjadi memori paling saya ingat untuk selamanya. Terimakasih teman untuk semua hal yang terindah yang telah kalian berikan untukku.

4. Untuk Dosen pembimbing Tugas Akhir saya Bapak Drs. Nurul Hak, MA selaku pembimbing 1 dan Bapak Romi Adetio Setiawan, MA selaku pembimbing 2. Terimakasih banyak pak atas semua ilmu yang kalian berikan sehingga terselesainya Tugas Akhir saya ini. Baik itu dari segi nasehat, do'a, motivasi, yang semuanya telah bapak lakukan dengan sabar dan penuh dengan didikasi. Terimaksih pak atas semuanya kebaikan dan ilmu yang telah kalian berikan, ilmu itu akan aku pergunakan sebaik-baiknya. Demi menempuh jalan baru untuk masa depan.
5. Hati dan jiwaku ditempah di IAIN agar mampu berperilaku dan beretika yang baik, aku bangga atas kampus dan almamater IAIN Bengkulu yang aku miliki karena didalamnya terdapat banyak ilmu yang sangat berarti dan bermanfaat bagi kehidupanku. Semoga Allah SWT selalu menyertaiku dalam menjalankan ilmu yang telah diperoleh Amin…

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi dengan judul "Analisis Etika Persaingan Bisnis Pedagang Muslim di Pasar Panorama ditinjau dari Etika Bisnis Islam". Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada akhir daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksilainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu,

METERAI TEMPEL 5D463AEF244936620 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Mahasiswa yang menyatakan

Adi Wiranata
NIM. 212 313 8368

ABSTRAK

Analisis Etika Persaingan Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Panorama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Oleh Adi Wiranata NIM 2123138368.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana etika persaingan bisnis pedagang pakaian beragama muslim di pasar tradisional Panorama Bengkulu dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam tentang etika persaingan bisnis pedagang pakaian beragama muslim di pasar tradisional Panorama Bengkulu. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bermanfaat untuk memberikan informasi, fakta dan data etika persaingan yang terjadi di pasar tradisional Panorama Bengkulu. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan tersebut. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) etika persaingan bisnis pedagang pakaian beragama muslim di pasar tradisional Panorama Bengkulu masih ditemukan etika persaingan berdasarkan kebiasaan yang sudah lama ada di pasar dan persaingan yang terjadi meliputi persaingan tempat, persaingan harga, persaingan barang dagangan (produk) dan persaingan pelayanan. (2) tinjauan etika bisnis Islam tentang etika persaingan bisnis pedagang pakaian beragama muslim di pasar tradisional Panorama Bengkulu terdapat penyimpangan terhadap Etika Bisnis Islam. Dikarenakan dalam persaingan masih ditemukan pedagang yang menerapkan etika yang bertentangan terhadap Etika Bisnis Islam, seperti berkata yang kurang baik, berbohong atas spesifikasi barang dan harga yang beredar, mempercayai jimat, dan masih ditemukan pelayan yang berpakaian kurang pantas.

Kata Kunci : Etika Persaingan Bisnis, Etika Bisnis Islam

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Etika Persaingan Bisnis Pedagang Muslim Di Pasar Panorama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam".

Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapat petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun di akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syari'ah (Eks) Jurusan Ekonomi Islam (Ekis) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyususnan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, Selaku Rektor IAN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bipsnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Drs. Nurul Hak, MA, selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat dengan penuh kesabaran.

5. Romi Adetio Setiawan, MA, selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan kesuksesan saya.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan keikhlasan.
8. Serta semua pihak termasuk teman – teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh Karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepan.

Bengkulu, 27 Desember 2016

ADI WIRANTA
NIM 212 313 8368

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING
HALAMAN PENGESAHAN
HALAMAN MOTTO iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
HALAMAN PERNYATAAN vi
ABSTRAK vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Batasan Masalah 5
C. Rumusan Masalah 6
D. Tujuan Penelitian 6
E. Kegunaan Penelitian 6
F. Penelitian Terdahulu 7
G. Metode Penelitian 9
1) Jenis dan Pendekatan Penelitian 9
2) Waktu dan Lokasi Penelitian 9
3) Instrumen Penelitian 9
4) Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 10
5) Teknik Analisis Data 11

BAB II KAJIAN TEORI
A. Persaingan Bisnis
1. Pengertian persaingan Bisnis 13
2. Landasan Hukum Persaingan Bisnis 16
3. Faktor Pendorong Persaingan 16
B. Etika Bisnis Islam
1. Pengertian Etika Bisnis Islam 18
a. Etika 18
b. Bisnis 19
c. Etika Bisnis Islami 20
2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam 20
3. Fungsi Etika Bisnis Islam 23
4. Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islami 23
C. Pasar
1. Pengertian Pasar 29
2. Bentuk Pasar 30
3. Mekanisme Pasar 31
4. Distorsi Pasar 32

BAB III DESKRIPSI PASAR TRADISIONAL PANORAMA
A. Sejarah berdirinya pasar panorama 35
B. Letak geografis pasar tradisional panorama 37
C. Struktur organisasi pasar tradisional panorama kota Bengkulu .. 39
D. Keadaan pedagang..... 39
E. Jenis – jenis usaha dagang dan barang yang diperjualbelikan 40
BAB IV ANALISIS ETIKA PERSAINGAN BISNIS PEDAGANG MUSLIM DI PASAR PANORAMA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM
A. Etika Persaingan Bisnis pedagang pakaian muslim di pasar tradisional Panorama Kota Bengkulu 44
B. Tinjauan Etika Bisnis Islam tentang Etika Persaingan Bisnis pedagang pakaian muslim di pasar tradisional Panorama Kota Bengkulu 54
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan..... 61
B. Saran..... 62

DAFTAR PUSTAKA 63
LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Prinsip Etika Bisnis Islam menurut Novita dalam buku Muhammad... 27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur organisasi pasar tradisional Panorama Kota Bengkulu 39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Informan
Lampiran 2 : Jadwal Penelitian
Lampiran 3 : Dokumentasi
Lampiran 4 : Catatan perbaikan bimbingan skripsi
Lampiran 5 : Surat keterangan penelitian dari UPTD Pasar Panorama Bengkulu
Lampiran 6 : Pedoman wawancara
Lampiran 7 : Surat permohonan izin penelitian dari kantor KP2T Provinsi Bengkulu
Lampiran 8 : Surat permohonan izin penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu
Lampiran 9 : Pengajuan permohonan izin penelitian ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu
Lampiran 10 : Surat penunjukkan pembimbing skripsi
Lampiran 11 : Surat keputusan pembimbing skripsi
Lampiran 12 : Catatan perbaikan proposal skripsi
Lampiran 13 : Surat pengajuan judul skripsi
Lampiran 14 : Bukti menghadiri seminar Proposal skripsi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam Era Globalisasi dewasa ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat, seiring dengan perkembangan dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan, dan teknologi. Islam merupakan agama yang komprehensif dan universal serta memberikan solusi dari berbagai permasalahn yang ada, terutama permasalahan yang menuntut adanya persaingan dalam bisnis. Banyak para pembisnis yang bersaing secara tidak sehat dengan cara saling menjatuhakan antara pedagang yang satu dengan yang lain, diantaranya adalah dengan menggunakan system monopoli dan sistem jual beli yang tidak jujur.[1]

Manusia berlomba – lomba untuk memenuhi kebutuhannya yang terkadang tidak mempertimbangkan kepentingan orang lain dan menjadikan manusia yang Matrealistis serta meninggalkan norma – norma kemanusian dan nilai – nilai kemanusian. Manusia untuk memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas, menjalin hubungan dengan cara melakukan kerjasama dengan orang lain yaitu melakukan penawaran dan permintaan *(supply and demand)* untuk mengantisipasi globalisasi ekonomi dan menguatkan kekuatan pasar agar mampu dalam bersaing yang dikenal dengan istilah bisnis.[2]

---

[1] Neni Sri Imayanti, *Hukum Ekonomi Islam dan Ekonomi Islam Dalam Perkembangan*, (Bandung : Bandar Maju, 2003), h. 168

[2] Redi Panuju, *Etika Bisnis Tijuauan Empiris dan Kiat Mengembangkan Bisnis Sehat,* Jakarta : PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia, 1995, h. vi

Selama ini banyak orang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak – banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para "pelaku bisnis" menghalakan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari bahan baku, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefesien mungkin. Hal ini tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggung jawab social dan mengabaikan etika bisnis.[3]

Qurais Shihab dalam bukunya menyebutkan : "sejalan dengan perkembangan zaman, kecendrungan bisnis sekarang kian tidak memperhatikan masalah etika. Akibatnya sesama pelaku bisnis sering bertabrakan kepentingannya, bahkan saling membunuh. Kondisi itu menciptakan pelaku ekonomi yang kuat kian merajai. Sebaliknya, yang kecil semakin tertindas. Keadaan seperti ini mengancam pertumbuhan dan perkembangan dunia bisnis.[4]

Manusia dalam memenuhi kebutuhan adalah dengan jalan perdagangan. Perdagangan daalam islam dihalalkan sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an :

وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْۚ
٢٧٥

[3] Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Dalam Praktek Bisnis Rasulullah,* Jurnal Hukum Islam, Vol. 19, No. 1, Mei 2011, h. 128

[4]M. Qurais Shihab, *Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Qur'an,* dalam Jurnal Kebudayaan dan Peradaban Ulumul Qur'an Vol. 3, No. VII, 1997, h. 4

Artinya : *"padahal Allah telah mengahalkan jual beli dan mengaharamkan ribah".*(Q.S. Al-Baqarah : 275)[5]

Yusuf Qardhawi memberikan patokan tentang norma – norma atau nilai – nilai syari'ah yang harus ditaati daalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu :

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang – barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar, amanah, dan jujur.
3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
6. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.[6]

Pasar mendapatkan kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam menekankan adanya moralitas seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan, dan keadilan. Implementasi nilai – nilai tersebut merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi orang muslim, nilai – nilai ini ada sebagai refleksi dari keimanannya kepada Allah, bahkan Rasulullah menegur langsung transaksi perdangan yang tidak mengindahkan moralitas.[7] Pada era saat ini masih ditemukan para pedagang yang mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya. Dan masih

---

[5] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur"an dan Terjemahannya*, Bandung : CV Penerbit J-ART, 2005, h. 47

[6]Yusuf Qardhawi, *Norma dan etika Ekonomi islam*, Jakarta : Gema Insani, 1997, h. 173

[7] Aris Baidowi, *Etika Bisnis Islam*, Jurnal Hukum Islam, Vol. 9, Desember 2011, No. 2, h. 4

ditemukan yang melakukan penyimpangan dalam berdagang. Masalah yang rawan terjadinya penyimpangan-penyimpangan dalam berdagang. Masalah yang rawan terjadinya penyimpangan dapat ditemui di pasar tradisional. Beberapa penyimpangan yang sering ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dan timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram serta monopoli harga.

Selain itu persaingan, persaingan yang sempurna adalah persaingan yang sesuai dengan kesepakatan pasar. Yang semua itu juga sudah diatur dalam Islam, bahwa tidak merugikan salah satu pihak. Contohnya adalah persaingan harga, persaingan harga harus ditentukan dengan kesepakatan bersama yang tentunya tidak merugikan pedagang lain, pembeli, dan komponen lainnya.

Dengan mengacu pada praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah SAW. ada enam etika dalam perdagangan yaitu : jujur, amanah, tidak menipu, menepati janji, murah hati, dan tidak melupakan akhirat.[8]

Penulis memilih Etika Persaingan Bisnis karena dilihat dari persaingan bisnis pedagang yang terjadi di Pasar Panorama Bengkulu bertentangan dengan Etika Persaingan bisnis didalam Islam. Dengan contoh ditemukan bahwa terdapat pedagang yang menempatkan wanita muda berpakaian ketat sebagai pelayan. Selain itu dari hasil observasi ditemukan bahwa terdapat pedagang yang berkata relatif kurang baik kepada

[8] Johan Arifin, *Etika Bisnis…,* h. 161

konsumennya. Lalu masih ditemukan yang melakukan penipuan informasi tentang spesifikasi barang yang diperjualbelikan. Terdapat juga yang melakukan ketidak jujuran terhadap harga suatu barang. Lalu masih terdapat yang mengaku barang kualitasnya bagus kepada pembeli agar pembeli tertarik membelinya, meskipun pada kenyataannya barang dagangannya tidak sebagus yang diceritakannya. Dan juga masih terdapat kepercayaan terhadap jimat sebagai penarik perhatian pembeli serta untuk melanggengkan usahanya.[9] Dari hasil observasi awal pada pedagang pasar Panorama Bengkulu, masih terdapat etika bersaing seperti di atas. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis melakukan penelitian yang berjudul *"Analisis Etika Persaingan Bisnis Pedagang Muslim di Panorama Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam".* Hal ini menarik untuk diteliti karena terkait dengan persaingan bisnis dalam tinjauan etika bisnis Islam yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Panorama Bengkulu. Pemilihan judul seperti di atas karena di pasar tradisional panorama tergolong pasar Tradisional yang besar di daerah Bengkulu khususnya.

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari luasnya permasalahan, maka dalam penelitian ini permasalahn dibatasi hanya pada pedagang beragama muslim yang memiliki tokoh khususnya pedagang pakaian. Alasan memilih pedagang pakaian beragama muslim yang memiliki tokoh tersebut karena melihat pertumbuhan bisnis ini sangat pesat, barang yang diperjualbelikan termasuk kedalam

[9] Hasil Observasi pada hari Jum'at tanggal 15 April 2016

kategorikan banyak peminatnya dan mayoritas sudah lama dalam berdagang. Oleh karena itu persaingan yang terjadi akan semakin ketat seiring menjamurnya pedagang pakaian.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka rumusan masalah adalah :

1. Bagaimana Etika Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian Muslim di Pasar Tradisional Panorama Bengkulu?
2. Bagaimana Tinjauan Etika Bisnis Islam tentang Etika Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian Muslim di Pasar Tradisional Panorama Bengkulu?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Etika Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian Muslim di Pasar Tradisional Panorama Bengkulu.
2. Untuk mengetahui Tinjauan Etika Bisnis Islam tentang Etika Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian Muslim di Pasar Tradisional Panorama Bengkulu.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini adalah :

a. Kegunaan teoritis/akademis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan ilmu etika bisnis Islam terutama pada aspek pengembangan etika jual beli pedagang serta etika persaingan bisnis antar sesama pedagang.

b. Kegunaan praktis

1) Dengan ditemukannya Etika Persaingan Bisnis pedagang pasar Panorama maka akan berbunga untuk menentukan standar etika yang harus dicapai oleh pelaku bisnis dalam melakukan persaingan.

2) Dengan ditemukannya kondisi etika persaingan bisnis pedagang pakaian di pasar Panorama maka bakan dapat digunakan untuk pengembangan praktek kehidupan di pasar Panorama, praktek persaingan harga, Implementasi nilai – nilai kejujuran, keterbukaan, dan keadilan setiap pelaku pasar.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian skripsi ini, peneliti bukanlah yang pertama dalam melakukan penelitian, namun menmggunakan acuan skripsi lain yaitu :

1. Skripsi Muhammad Taufiq Irsyadi, *"Tinjuan Etika Bisnis terhadap Praktek Pembulatan Pembayaran Sewa Warnet (Studi Kasus di Kecamatan Klaten Utara)"* (Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta 2012). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian lapangan atau kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data adalah Observasi, Interview (wawancara), dan Dokumentasi. Hasil penelitian adalah dalam tinjauan Etika Bisnis ini tidak sesuai dengan Etika yang ada, karena banyak dari pengguna warnet yang tidak setuju dengan hal ini.
2. Skripsi Novita Sa'adatul Hidayah, *"Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam"* (Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang 2015). Dalam penelitian

ini peneliti menggunakan metode penelitian lapangan atau kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data adalah Wawancara, Observasi, Analisis Data, dan Teknik Penulisan Data. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa praktek-praktek yang dijalankan sudah sesuai dengan islam, meskipun masih ada sebagian etika yang menyimpang. Ini dibuktikan dengan masih adanya praktek masyarakat yang memegang prinsip siapa cepat dia dapat dalam pemilihan tempat untuk berjualan.

3. Skripsi Anur Shabrina dengan judul "Persaingan Usaha (Studi kasus pada Pedagang Pasar Klewer Solo" (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta 2014). Dengan teknik pengumpulan data adalah Wawancara, Observasi, Analisis Data, dan Teknik Penulisan Data. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa persaingan usaha para pedagang di pasar Klewer Solo, sudah sesuai dengan etika bisnis yang ada, meskipun masih ada praktek – praktek perdagangan yang menyimpang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Hasil penelitian yang satu dengan yang lain tidak sama. Hal ini disebabkan karena adanya factor yang tidak sama antara penelitian satu dengan yang lainnya. Penelitian yang akan peneliti lakukan di pasar tradisiopnal Panorama Bengkulu ini lebih memfokuskan pada Etika Persaingan Bisnis. Bagaimana persaingan para pedagang pakaian yang beragama Islam di pasar tradisional Panorama dalam tinjauan Etika Bisnis Islam.

G. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah dengan cara mengumpulkan data, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada

ditempat penelitian, dengan menggunakan ukuran – ukuran dalam pengetahuan seperti Observasi lapangan, Wawancara, dan Dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk menemukan fakta yang ada. Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1) Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, karena peneliti ingin menganalisis etika persaingan pedagang yang ada di pasar tradisional Panorama Bengkulu.

2) Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini membutuhkan waktu selama ± 21 hari (7 bulan). Penelitian memilih lokasi di Pasar Tradisional Panorama Bengkulu karena disana masih banyak terdapat penyimpangan dan pelanggaran dalam etika persaingan dalam tinjauan Etika Bisnis Islam.

3) Instrumen Penelitian

Teknik pemilihan objek penelitian dalam penelitian ini adalah Populasi dan Sampel.

a. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang pakaian beragama muslim yang memiliki tokoh di pasar tradisional Panorama Bengkulu.
b. Teknik sample yang digunakan di dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling* yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Yang maksudnya melakukan

pengambilan sampel langsung kepada pedagang yang ada di Pasar Tradisional Panorma Bengkulu.

Dalam pengambilan sampel menurut Esti dalam buku Arikunto maka penentuan pengambilan sampelnya ialah apabila kurang dari 100 lebih baik diambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jika jumlah subyeknya besar daapat diambil antara 10-15% atau 20-55%.[10]

Teknik pengambilan sampelnya di dapat dari populasi 250 pedagang pakaian beragama muslim yang memiliki toko. Mengingat sampelnya lebih dari 100, maka peneliti mengambil 25 orang sebagai sampel. Cara penarikannya 250 pedagang muslim x 10/100 = 25 orang pedagang muslim.

4) Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber yang diperoleh didalam penelitian ini ada 2 yaitu :

a. Sumber Primer

Sumber Primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang diperoleh dari tempat penelitan yaitu Pasar Tradisional Panorama Bengkulu.

b. Sumber Skunder

Sumber Skunder adalah sumber yang diperoleh dari bentuk karya ilmiah, buku, jurnal, dan lain – lain.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

[10] Esti, “Metode Penelitian”, http://eprints.undip.ac.id/40681/3/BAB_III_Esti.pdf (22 Februari 2017)

1. Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data melalui proses dialog pewawancara dengan Informan. Dalam hal ini wawancara dilakukan kepada pedagang pasar tradisional Panorama Bengkulu.

2. Observasi

Metode observasi adalah suatu proses pengambilan data yang dilakukan dengan cara pengamatan secara sistematis terhadap obyek penelitian yang diteliti dengan cara langsung dan terencana bukan karena kebetulan. Dalam hal ini penulis melakukan observasi ke pasar tradisional Panorama Bengkulu untuk mengetahui etika persaingan bisnis para pedagang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan media foto, video, surat – surat, dokumen resmi baik yang internal maupun yang eksternal. Dalam hal ini pengumpulan data dilakukan di Pasar Tradisional Panorama Bengkulu.

5) Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul akan diteliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yaitu :

1. Tahap Reduksi Data

Yaitu merangkum, memilih hal – hal yang pokok, memfokuskan pada hal – hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu dari data yang diperoleh di lapangan.

2. Tahap Penyajian Data

   Yaitu membuat laporan hasil penelitian agar dapat dipahami dan dianalisis dengan tujuan yang diinginkan.

3. Tahap Penarikan Kesimpulan

   Dalam tahap penarikan kesimpulan ada dua jenis kesimpulan, yaitu kesimpulan berisfat sementara dan kesimpulan konkrit atau dapat dipercaya. Kesimpulan yang dapat dipercaya yaitu setelah didukung oleh bukti – bukti yang valid dan konsisten dengan fakta yang ada dilapangan.[11]

[11] Noeng Muhadjir, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif,* Yogyakarta :Bayu Indra Grafika, 1998, h. 29

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Persaingan Bisnis

1. Pengertian Persaingan Bisnis

Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu competition yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan adalah ketika organisasi atau perorangan berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti konsumen, pangsa pasar, peringkat survei, atau sumber daya yang dibutuhkan.[1] Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No. 5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.[2]

Islam sebagai sebuah aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang rinci untuk menghindarkan munculnya permasalahan akibat praktik persaingan yang tidak sehat. Tiga unsur yang harus dicermati dalam persaingan bisnis adalah:

---

[1] Novita Sa'adatul Hidayah, Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjaun Etika Bisnis Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015, h. 15

[2] Akhmad mujahidin, *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007, h. 27

1. Pihak-pihak yang bersaing

Manusia merupakan perilaku dan pusat pengendalian bisnis. Bagi seorang muslim bisnis yang dilakukan adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan harta yang dimilikinya. Harta yang diperolehnya adalah rizki yang diberikan Allah SWT. Tugas manusia adalah berusaha sebaik-baiknya salah satunya dengan jalan bisnis. Tidak ada anggapan rizki yang diberikan Allah akan diambil oleh pesaing. Karena Allah telah mengatur hak masing-masing sesuai usahanya. Ini sesuai firman Allah:

هُوَ ٱلَّذِي جَعَلَ لَكُمُ ٱلْأَرْضَ ذَلُولًا فَٱمْشُوا۟ فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا۟ مِن رِّزْقِهِۦ ۖ وَإِلَيْهِ ٱلنُّشُورُ ١٥

Artinya : "Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan". (QS. Al – Mulk : 15)[3]

Keyakinan ini dijadikan landasan sikap tawakal setelah manusia berusaha sekuat tenaga. Dalam hal kerja, Islam memerintahkan umatnya untuk berlomba – lomba dalam kebaikan. Dengan landasan ini persaingan tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainya, tetapi dilakukan untuk memberikan sesuatu melalui mutu produk, harga yang bersaing dan pelayanan total.

2. Segi cara bersaing

[3] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur"an dan Terjemahannya*, Bandung : CV Penerbit J-ART, 2005, h. 563

Berbisnis adalah bagian dari muamalah, karenanya bisnis tidak lepas dari hukum – hukum yang mengatur muamalah. Dalam berbisnis setiap orang akan berhubungan dengan pesaing. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang, rosul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaingnya. Dalam berbisnis, harus selalu berupaya memberikan pelayanan terbaik, namun tidak menghalalkan segala cara. Objek yang dipersaingkan Beberapa keunggulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing adalah:

a. Produk.

   Produk yang dipersaingkan baik barang dan jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk menghindari penipuan, kualitasnya terjamin dan bersaing.

b. Harga

   Bila ingin memenangkan persaingan, harga produk harus kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga untuk menjatuhkan pesaing.[4]

c. Tempat

   Tempat yang digunakan harus baik, sehat, bersih dan nyaman, dan harus dihindarkan dari hal – hal yang diharamkan seperti barang yang dianggap sakti untuk menarik pengunjung.

d. Pelayanan

---

[4] Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, h. 92-97

Pelayanan harus diberikan dengan ramah, tapi tidak boleh dengan cara yang mendekati maksiat.

e. Layanan purna jual

Ini merupakan servis yang akan melanggengkan. Akan tetapi ini diberikan dengan cuma-cuma atau sesuai akad.

2. Landasan Hukum Persaingan Bisnis

Landasan hukum dari persaingan bisnis adalah Undang-undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat.[5]

3. Faktor Pendorong Persaingan

Menurut Porter[6], persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan sebuah usaha atau perdagangan. Menurut Porter, ada lima faktor persaingan bisnis yang dapat menentukan kemampuan bersaing.

a. Kekuatan tawar pembeli

Mencakup faktor – faktor seperti pembeli, informasi pembeli. Daya tawar – menawar pembeli mempengaruhi harga yang ditetapkan pedagang.

b. Kekuatan pemasok atau Supplier

Biasanya sedikit jumlah pemasok, semakin penting produk yang dipasok, dan semakin kuat posisi tawarnya. Demikian juga dengan kekuatan keempat yaitu kekuatan tawar pembeli ,dimana kita bisa melihat bahwa semakin besar pembelian, semakin banyak pilihan yang

---

[5] Undang-Undang nomor 5 tahun 1999 tentang *Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.*

[6] Michael E. Porter, *Strategi Bersaing*, Terj. Sigit Suryanto : Karisma, 2007, h. 27

tersedia bagi pembeli dan pada umumnya akan membuat posisi pembeli semakin kuat. Maksudnya adalah semakin rendah jumlah pemasok suatu barang maka akan semakin tinggi harga tawar yang ditetapkan pedagang, maka menyebabkan pembeli mempunyai banyak pilihan dalam menentukan keputusan untuk membeli karena posisi pembeli semakin kuat.[7]

c. Ancaman produk pengganti

Mencakup faktor – faktor seperti biaya perpindahan dan loyalitas pembeli menentukan kadar sejauh mana pelanggan – pelanggan cenderung untuk membeli suatu produk pengganti. Maksudnya adalah seberapa besar harga barang pengganti dan seberapa besar minat pembeli dalam mengganti produknya, dan itu menentukan sejauh mana pembeli tersebut cenderung untuk membeli barang pengganti.

d. Ancaman pendatang baru

Ini merupakan seberapa mudah atau sulit bagi pendatang baru untuk memasuki pasar. Biasanya semakin tinggi hambatan pendatang baru untuk masuk, semakin rendah ancaman dari pendatang baru.[8]

B. Etika Bisnis Islam

[7] Michael E. Porter, *Strategi Bersaing..*, h. 27
[8] Novita Sa'adatul Hidayah, Persaingan Bisnis Pedagang…, h. 20

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

a. Etika

Etika menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).[9] Sering kali, istilah "etika" dan "moral" dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama, mempunyai arti yang sama.[10] Istilah Etika, secara teoritis dapat dibedakan dalam dua hal pengertian. Pertama, etika berasal dari kata Yunani ethos yang artinya kebiasaan *(custom)* atau karakter *(character)*. Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja. Disini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan di saat bersamaan juga sebagai *Filsufnya* dalam berperilaku.[11] Al-Ghazali menjelaskan pengertian etika adalah suatu sifat yang tetap dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak membutuhkan pikiran.[12]

b. Bisnis

---

[9] Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, Jakarta : Kementrian Pendiidikan dan Kebudayaan, 2011, h. 40

[10] Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009, h. 171

[11] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta:Prenada Media Group, 2006, h. 4

[12] Ali Hasan, *Manajemen…,* h. 171

Bisnis adalah kegiatan manusia dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Bisnis adalah membuktikan apa yang dijanjikan *(promise)* dengan yang diberikan *(deliver)*. Bisnis adalah kegiatan diantara manusia untuk mendatangkan keuntungan. Dalam bisnis terdapat persaingan dengan aturan yang berbeda dengan norma – norma yang berada dalam masyarakat. Pengertian bisnis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah :

a) Kegiatan dengan mengarahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai sesuatu maksud.
b) Kegiatan di bidang perdagangan/perbisnisan.[13]

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengelolaan barang (produksi). Bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangandan industri guna memaksimalkan keuntungan. Yusanto dan Wijayakusuma seperti yang dikutip oleh Muhammad mendefinisikan bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara

[13] Erni R. Ernawan, *Business Ethics*, Bandung : CV. Alfabeta, 2011, h. 19 – 20

memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.[14]

c. Etika Bisnis Islami

Menurut A. Hanafi dan Hamid Salam sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin, etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktivitas bisnis yang telah disajikan dalam perspektif Al-Qur'an dan Hadist, yang bertumpu pada 6 prinsip, yaitu kebenaran, kepercayaan, ketulusan, persaudaraan, pengetahuan, dan keadilan.[15]

Dan perilaku bisnis Islami tercermin dalam perilaku Nabi Muhammad SAW dalam menjalankan roda bisnisnya selalu memiliki motivasi dan perilaku Qur'an, perlunya berwawasan kedepan dan menekankan perlunya perencanaan, hal itu sebagaimana firman Allah:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَلۡتَنظُرۡ نَفۡسٞ مَّا قَدَّمَتۡ لِغَدٖۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ ١٨

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan" (QS. Al Hasyr : 18)[16]

2. Landasan Hukum Etika Bisnis Islam

Etika dalam bisnis Islam mengacu pada dua sumber utama yaitu Al-Qu'an dan Sunnah nabi. Dua sumber ini merupakan sumber dari segala sumber yang ada. Yang membimbing, mengarahkan semua perilaku individu atau kelompok dalm menjalankan ibadah, perbuatan

---

[14] Novita Sa'adatul Hidayah, Persaingan Bisnis Pedagang…, h. 22
[15] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang : Walisongo Press, 2009, h. 74
[16] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur"an…,* h. 548

atau aktivitas umat Islam. Maka etika bisnis dalam Islam menyangkut norma dan tuntunan atau ajaran yang menyangkut sistem kehidupan individu dan atau institusi masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha atau bisnis, dimana selalu mengikuti aturan yang ditetapkan dalam Islam.[17]

Aktifitas bisnis menurut Islam harus dipandang sebagai suatu karya atau kerja manusia dalam menjalankan kegiatan "produksi". Dan islam telah secara jelas menganjurkan umatnya untuk berusaha mencari rizki dimuka bumi ini sebagai bekal hidupnya didunia dalam menopang ibadahnya kepada Allah SWT. Segala sumber daya alam yang tersedia di dunia terdiri atas tanah yang subur dengan segala kandungan yang ada didalamya seperti air dan mineral dan sebagainya semata – mata Allah SWT ciptakan supaya manusia mengelola dan memanfaatkanya demi mencapai kesejahteraan lahir batin. Ini sejalan dengan firman Allah:

وَلَا تَقْرَبُواْ مَالَ ٱلْيَتِيمِ إِلَّا بِٱلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُۥ ۚ وَأَوْفُواْ ٱلْكَيْلَ وَٱلْمِيزَانَ بِٱلْقِسْطِ ۖ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۖ وَإِذَا قُلْتُمْ فَٱعْدِلُواْ وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۖ وَبِعَهْدِ ٱللَّهِ أَوْفُواْ ۚ ذَٰلِكُمْ وَصَّىٰكُم بِهِۦ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ١٥٢

Artinya : "Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada sesorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan

[17] Latifa M. Al- Graoud dan Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001, h. 36

penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat". (QS. Al-An'Am : 152)[18]

Selanjutnya ayat :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ أُحِلَّتۡ لَكُم بَهِيمَةُ ٱلۡأَنۡعَٰمِ إِلَّا مَا يُتۡلَىٰ عَلَيۡكُمۡ غَيۡرَ مُحِلِّي ٱلصَّيۡدِ وَأَنتُمۡ حُرُمٌۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحۡكُمُ مَا يُرِيدُ ١

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya". (Al-Maidah : 1)[19]

selanjutnya ayat :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

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)[20]

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Secara khusus Etika Bisnis Islam berfungsi untuk mencari solusi dalam menyelaraskan dan menserasikan untuk berbagai kepentingan dalam dunia bisnis. Agar mampu merubah kesadaran masyarakat dalam berbisnis menurut Islam, dengan memberikan pemahaman yang menggunakan landasan Al-qur'an dan Hadist. Untuk memberikan solusi

---

[18] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur"an…,* h. 149
[19] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur"an…,* h. 106
[20] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur"an…,* h. 83

terhadap berbagai persoalan yang terjadi didalam bisnis modern saat ini yang kian jauh dari nilai – nilai etika yang ada.

4. Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis Islami, yaitu :

a) Prinsip tauhid *(kesatuan/unity)*

Prinsip ini merupakan prinsip pokok dari segala sesuatu, karena di dalamnya terkandung perpaduan keseluruhan aspekaspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial dan lain sebagainya menjadi satu *(homogeneous whole)*. Maka Islam kemudian menawarkan keterpaduan antara agama sebagai perwujudan dari sikap taat hamba kepada Khalik, dengan berbagai aspek kehidupan di dunia (ekonomi, politik, sosial, budaya dan lain sebagainya) yang bertujuan untuk membentuk satu kesatuan yang utuh.[21]

b) Prinsip keseimbangan *(kedailan/equilibrium)*

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta.[22] Prinsip yang kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Prinsip kesemibangan *(Equilibrium)* yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar yang harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya.

c) Prinsip kehendak bebas *(ikhtiyar/ free will)*

---

[21] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 133
[22] Novita Sa'adatul Hidayah, Persaingan Bisnis Pedagang…, h. 29

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan perekonomian. Hal ini berlaku manakala terjadi persaingan bebas dapat terjadi secara efektif, hal ini dimungkinkan terjadi manakala tidak ada intervensi bagi pasar dari pihak manapun, tak terkecuali oleh pemerintah. Dalam islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan di muka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah semata.

d) Prinsip pertanggung jawaban *(responsibility)*

Dan untuk memenuhi segala bentuk kesatuan dan juga keadilan, maka manusia harus bertanggung jawab atas semua perilaku yang telah diperbuatnya. Dan dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbaagi bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melkukan jual-beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.[23]

e) Prinsip kebenaran

[23] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam…,* h. 133

Prinsip ini disamping memberi pengertian benar lawan dari salah, merupakan prinsip yang mengandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebenaran meupakan satu prinsip yang tidak bertentangan dengan seluruh ajaran Islam. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar dan jauh dari kesan salah, semisal dalam proses transaksi barang, proses mengembangkan bisnis, maupun proses untuk mendapatkan keuntungan harus berlandaskan prinsip kebenaran. Dan tentunya jika hal itu sudah dilaksanakan dengan sendirinya nilai kehalalannya akan tampak.

f) Prinsip ihsan *(benevolence)*

Prinsip ini mengajarkan untuk melakukan perbuatan yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa harus aturan yang mewajibkan atau memerintahnya untuk melakukan perbuatan itu. Atau dalam istilah lainnya adalah beribadah maupun berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak seperti itu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita kerjakan.[24]

Tabel 2.1

Berikut ini adalah tabel prinsip etika bisnis islam menurut Novita dalam buku Muhammad :[25]

Keesaan	Berhubungan dengan konsep tauhid. Berbagai aspek dalam kehidupan manusia membentuk satu kesatuan homogen, yang bersifat konsisten dari

[24] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam…,* h. 133

[25] Novita Sa'adatul Hidayah, Persaingan Bisnis Pedagang…, h. 31

	alam, dan integrasi dengan alam semesta secara luas. Ini adalah dimensi vertical islam.
Keseimbangan	Berhubungan dengan konsep keesaan adalah keseimbangan diantara berbagai kehidupan manusia. Ini adalah dimensi horizontal islam.
Kehendak Bebas	Kemampuan manusia untuk bertindak tanpa tekanan.
Tanggungjawab	Keharusan manusia untuk diperhitungkan semua tindakanya.
Kebajikan	Tindakan yang memberi keuntungan bagi orang lain tanpa ada suatu kewajiban tertentu.

Dengan aturan main bisnis Islam, diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika bisnis Islam, suatu bisnis dan seorang muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT. Adapun etika perdagangan Islam antara lain:

a) Jujur

Seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam melakukan usahanya. Jujur dalam penegertian yang lebih luas yaitu tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada – ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji.[26] Dalam Al Qur'an keharusan sikap jujur diterangkan dalam:

وَيۡلٞ لِّلۡمُطَفِّفِينَ ١ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكۡتَالُواْ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسۡتَوۡفُونَ ٢
وَإِذَا كَالُوهُمۡ أَو وَّزَنُوهُمۡ يُخۡسِرُونَ ٣ أَلَا يَظُنُّ أُوْلَٰٓئِكَ أَنَّهُم
مَّبۡعُوثُونَ ٤ لِيَوۡمٍ عَظِيمٖ ٥ يَوۡمَ يَقُومُ ٱلنَّاسُ لِرَبِّ ٱلۡعَٰلَمِينَ ٦

Artinya : "(1) Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (2) (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi (3) dan apabila mereka menakar atau

[26] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*…, h. 15

menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi (4) Tidaklah orang-orang itu menyangka, bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan (5) pada suatu hari yang besar (6) (yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Tuhan semesta alam". (QS. Al – Mutaffifin : 1-6)[27]

Dari Al-qur'an surat Al-mutaffifin di atas dapat diketahui bahwa, sesungguhnya Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia terkhusus bagi para pelaku bisnis untuk berlaku jujur dalam menjalankan bisnisnya. Penyimpangan dalam menimbang, menakar dan mengukur barang merupakan contoh dari kecurangan dalam dunia perdagangan, termasuk juga kecurangan dalam berbisnis.

b) Amanah (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab dalam bisnis adalah mau dan mampu menjaga kepercayaan masyarakat dalam menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan. Tentunya dengan harga yang wajar, berguna dan bermanfaat bagi mereka yang menggunakannya serta memperolehnya dengan cara yang halal. Agar selalu berada dijalan yang baik dalam menjalankan roda bisnisnya.

c) Tidak Menipu

Praktek bisnis dan dagang yang sangat mulia yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu. Upaya melakukan penipuan kerap menjadi strategi dan cara bagi dunia bisnis untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Dampak yang akan timbul akibat dari perilaku menipu adalah kerugian bagi diri seorang pebisnis.

---

[27] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur"an…,* h. 587

d) Menepati Janji

Sebagai seorang pebisnis ataupun pedagang juga harus selalu menepati janjinya, baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis, terlebih lagi harus dapat memepati janjinya kepada Allah SWT. Janji yang dimaksudkan adalah janji dimana seorang pebisnis melakukan transaksi bisnisnya baik kepada pembeli, maupun kepada rekan bisnisnya.[28]

e) Murah Hati

Murah hati adalah sikap mulia yang timbul dari kepribadian seorang pembisnis yang mempunyai etika bisnis Islami. Murah hati dalam artian senantiasa bersikap ramah, sopan santun, murah senyum dan bertanggung jawab. Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnisnya memiliki sikap yang jujur, amanah, tidak menipu, menepati janji dan senantiasa bermurah hati kepada pembeli dan rekan bisnisnya. Seharusnya setiap pembisnis bersikap seperti itu karena dengan cara itu secara otomatis akan mampu menarik para pembeli atau konsumen.[29]

f) Tidak Melupakan Akhirat

Keuntungan akhirat pasti lebih utama ketimbang keuntungan akhirat. Pedagang muslim sekali-kali tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat.

---

[28] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*…, h. 159
[29] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*…, h. 161

Sejarah mencatat, bahwa dengan berpedoman kepada etika perdagangan islam, pedagang Arab Islam tempo dulu mampu mengalami masa kejayaanya, sehingga mereka dapat terkenal di hampir seluruh penjuru dunia.

Rasulullah SAW menjalankan usahanya semata – mata demi mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari, bukan untuk menjadi jutawan. Ini dikarenakan beliau tidak pernah memperlihatkan kecintaan yang sangat besar terhadap harta kekayaan.[30]

C. Pasar

1. Pengertian Pasar

Secara sederhana pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Pengertian ini mengandung arti pasar memiliki tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu. Di dalam pasar ini terdapat penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli produk, baik barang maupun jasa.

Pengertian lain tentang pasar adalah himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial atas suatu produk. Pasar dapat juga diartikan sebagai suatu mekanisme yang terjadi anatara pembeli dan penjual atau tempat pertemuan antara kekuatan – kekuatan permintaan dan penawaran.[31]

2. Bentuk Pasar

Adapun jenis struktur pasar yang ada dapat dikelompokkan ke dalam:

---

[30] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*…, h. 162
[31] Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013, h. 168

a. Pasar persaingan sempurna

Adalah suatu pasar dimana terdapat sejumlah besar penjual dan pembeli, sehingga tindakan penjual secara individu tidak dapat memengaruhi harga barang di pasar. Produk yang dihasilkan produsen relatif sama (homogen), sehingga suatu produsen merupakan pelengkap sempurnah bagi hasil produksi produsen lain.

b. Pasar persaingan monopolistik

Adalah suatu pasar di mana terdapat banyak penjual atau perusahaan dan memiliki ukuran – ukuran yang relatif sama besarnya. Produk yang dihasilkan berbeda corak, sehingga secara fisik mudah dibedakan anatara produsen suatu perusahaan dan perusahaan lain.[32]

c. Pasar oligopoli

Adalah sebuah struktur pasar yang hanya terdapat sedikit penjual. Barang yang dihasilkan adalah barang standar (sebagai contoh semen, industry baja) dan barang berbeda corak (mobil). Hambatan untuk masuk industry sedikit dulit hal ini disebabkan modal yang diperlukan relative besar. Peran iklan sangan dominan untuk meningkatkan penjualannya.

d. Pasar monopoli

[32] Kasmir, *Study Kelayakan Bisnis,* Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2003, h. 46

Adalah struktur pasar di mana hanya terdapat satu penjual. Barang yang dihasilkan tidak mempunyai barang pengganti yang mirip.[33]

3. Mekanisme Pasar

Pada dasarnya dalam sistem ekonomi Islam, mekanisme pasar dibangun atas dasar kebebasan, yakni kebebasan individu untuk melakukan transaksi barang dan jasa. Sistem ekonomi Islam menempatkan kebebasan pada posisi yang tinggi dalam kegiatan ekonomi, walaupun kebebasan itu walaupun kebebasan itu bukanlah kebebasan mutlak seperti yang dianut paham kapitalis. Namun, kebebasan itu diikat dengan aturan. Yaitu tidak melakukan kegiatan ekonomi yang bertentangan dengan aturan syariat, tidak menimbulkan kerugian bagi para pihak yang bertransaksi, dan senantiasa melakukan kegiatan ekonomi dalam rangka mewujudkan kemaslahatan.[34]

4. Distorsi Pasar

a. Ihtikar

Islam menjelaskan Ihtikar adalah penimbunan barang – barang yang akan dijual, yang mana barang tersebut adalah barang yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat dari sirkulasi pasar dalam masa tertentu sampai kemudian harga barang tersebut akan

[33] Kasmir, *Study Kelayakan Bisnis,* Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2003, h. 46

[34] Rozalinda, *Ekonomi Islam "Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi",* PT. Raja Grafindo Persada, 2014, h. 148

semakin mahal. Ketika harga sedang mahal, maka barang tersebut baru dijual.[35]

Suatu kegiatan masuk dalam kategori ihtikar apabila tiga unsur berikut :

1) Mengupayakan adanya kelangkaan barang, baik dengan cara menimbun stok.
2) Menjual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga sebelum munculnya kelangkaan.
3) Mengambil keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan keuntungan normal pada umumnya.

b. Penentuan Harga yang Tetap

Tas'ir (penetapan harga) merupakan salah satu praktik yang tidak diperbolehkan dalam syari'at Islam. Pemerintah ataupun yang memiliki otoritas ekonomi tidak memiliki hak dan wewenang untuk menentukan harga terhadap sebuah komoditas. Kecuali pemerintah telah menyediakan untuk para pedagang, jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan harga yang ditentukan, atau pemerintah melihat dan mendapati adanya kezaliman-kezaliman di dalam sebuah pasar yang mengakibatkan rusaknya mekanisme pasar yang sehat.[36]

c. Riba

---

[35] Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi,*Prinsip Dasar Ekonomi Islam "Perspektif Masaqif Al-syari'ah,* Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2014, h. 207

[36] Novita Sa'adatul Hidayah, Persaingan Bisnis Pedagang…, h. 41

Secara etimologis berarti penambahan. Sedangkan secara terminologi syar'i adalah penambahan tanpa adanya '*iwadh*. Salah satu ajaran Islam yang penting demi penegakan keadilan dan penghapusan ekploitasi dalam transaksi bisnis adalah dengan melarang riba.[37] Riba termasuk transaksi bathil, ini sesuai firman Allah SWT :

وَلَا تَأْكُلُوٓاْ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ وَتُدْلُواْ بِهَآ إِلَى ٱلْحُكَّامِ لِتَأْكُلُواْ فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ ١٨٨

Artinya : "Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui". (QS. Al – Baqarah : 188)[38]

d. Tadlis

Tadlis adalah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui salah satu pihak. Setiap transaksi dalam islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (pedagang dan pembeli). Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurigai atau ditipu.[39]

e. Jual beli *Gharar*

---

[37] Novita Sa'adatul Hidayah, Persaingan Bisnis Pedagang…, h. 41
[38] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur"an…,* h. 29
[39] Novita Sa'adatul Hidayah, Persaingan Bisnis Pedagang…, h. 43

Gharar adalah adanya ketidak jelasan barang yang akan dijual dan adanya keragua – raguan dalam mendapatkan salah satu barang pengganti dalam jual beli.[40]

Jual – beli *gharar* dan *tadlis* sama – sama dilarang karena keduanya mengandung informasi yang tidak jelas. Namun, berbeda dengan *tadlis*, dimana ketidak jelasanya hanya dialami satu pihak, yaitu pembeli saja atau penjual saja. Sedangkan dalam *gharar*, ketidak jelasanya dialami dua pihak, yaitu pembeli dan pembeli sma sama mengalami ketidak jelasan.[41]

[40] Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi,*Prinsip Dasar Ekonomi Islam…,* h. 212
[41] Novita Sa'adatul Hidayah, Persaingan Bisnis Pedagang…, h. 43

BAB III

DESKRIPSI PASAR TRADISIONAL PANORAMA KOTA BENGKULU

A. Sejarah berdirinya Pasar Panorama

Seperti yang telah diketahui bersama bahwa keberadaan pasar di suatu daerah merupakan tempat terjadinya kegiatan ekonomi, pasar juga merupakan penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) terbesar dari sektor retribusinya. Oleh karena itu di pasar jugalah merupakan tempat arus perputaran uang terbesar.

Pasar Panorama berdiri sejak tahun 1982. Pada tahun 1995 mulai dibangun ruko-ruko untuk tempat berdagang para pedagang. Pasar Panorama menempati lahan seluas 4 hektar dengan 1658 bagian yang terdiri dari kios, auning, toko, dan lapak. Pada waktu dahulu pasar Panorama merupakan pasar harian atau pasar mingguan kemudian berkembang dan dijadikan sebagai Terminal Panorama. Seiring berjalannya waktu maka pemerintah kota Bengkulu merubah lokasi pasar terminal Panorama menjadi Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu.[1]

Pada mulanya pedagang menolak atas rencana pemerintah Kota Bengkulu karena secara langsung pedagang kehilangan lahan untuk berdagang. Alasan lain karena mereka menilai bahwa pemindahan lokasi ke tempat lain akan merugikan mereka karena tidak strategis dan sepi pembeli, karena pembeli tahu para pedagang itu berjualannya di pasar Panorama. Selain itu, apabila pembangunan pasar yang baru telah selesai dibangun dan

[1]SUBAG umum DISPERINDAG, Profil UPTD Pasar Tradisional Panorama Bengkulu, 2016

bisa ditempati pedagang, akan tetapi harga atas penempatan berjualan tersebut relatif lebih tinggi dan mahal harganya. Inilah beberapa alasan yang membuat mereka menolak untuk pindah dari pasar tersebut. Namun penolakan tersebut tidak diindahkan oleh pemerintah Kota Bengkulu. Sementara diadakannya perbaikan dari pemerintah kota Bengkulu, para pedagang di relokasikan ke tempat lain yaitu ke Pasar Pagar Dewa dan Pasar Minggu.

Pembangunan Pasar Panorama berawal dari ketidak teraturan kondisi pasar yang semakin lama semakin tidak tertata rapi. Ada yang berjualan di pinggir jalan, ada yang berjualan di trotoar, banyak sampah yang berserakan, dan jalan yang becek. Melihat kondisi tersebut maka Pemerintah Kota Bengkulu mengerahkan Satpol PP serta melibatkan anggota Polisi dan TNI untuk menggusur serta membongkar sebagian kios – kios, lapak – lapak, dan pedagang kaki lima.

Penggusuran yang dilakukan Satpol PP mendapatkan aksi perlawanan dari pedagang yang mayoritasnya para pedagang yang menolak pembongkaran dan penggusuran tempat mereka berdagang dengan cara memblokade jalan masuk ke Pasar Panorama. Namun perlawanan tersebut tidak membuahkan hasil karena kegigihan para petugas yang berhasil masuk ke lokasi pasar Panorama. Pembongkaran dan penggusuran pun dimulai, para pedagang hanya diam dan pasrah melihat aksi para petugas tersebut.

Pasar Panorama Kota Bengkulu mulai di bangun menjadi Pasar Percontohan Tradisional Panorama setelah mendapat persetujuan dari Menteri Perdagangan Mari Eka Pangestu akhir Mei 2011. Pembangunan tersebut membutuhkan waktu 2 tahun dalam penyelesaiannya. Pembangunan tahap pertama dibangun pada akhir Mei 2011 dan pembangunan berikutnya kembali dianggarkan pada tahun 2012.[2]

B. Letak Geografis Pasar Tradisional Panorama

Pasar Panorama berlokasi di Kelurahan Panorama, Kecamatan Singaran Pati, Kota Bengkulu. Pasar Panorama dekat dengan kompleks pemukiman penduduk Perumnas Lingkar Timur, Panorama, Jalan Mangga, dan Jalan Belimbing. Pembangunan Pasar Panorama bersamaan dengan pembangunan terminal Panorama yang dipindah oleh Pemda dari lokasi pasar Minggu, dan lokasinya berdampingan dengan terminal. Pasar ini sangat cepat berkembangnya setelah dilaksanakannya pembangunan Perumnas Lingkar Timur Bengkulu pada tahun 1982. Pasar Panorama yang awal mulanya sangat tidak diminati oleh pedagang karena sepi dan transportasi yang sangat sedikit. Pada saat sekarang Panorama ini telah maju dan berkembang karena angkutan lima warna yang telah dipersiapkan untuk melewati daerah pasar tersebut.

Pembangunan pasar Panorama ialah salah satu solusi untuk memindahkan sebagian pedagang yang berada di Pasar Minggu Sembako yang keadaannya sudah semakin padat, terutama banyaknya para pedagang kaki lima.

[2] SUBAG umum DISPERINDAG, Profil UPTD Pasar Panorama Bengkulu, 2016

Pasar panorama juga mempunyai batas-batas wilayah seperti pasar-pasar yang lain sebagai berikut :

Sebelah utara	: Jalan Salak
Sebelah Selatan	: Jalan Belimbing
Sebelah Timur	: Jalan Kedondong
Sebelah Barat	: Jalan Semangka[3]

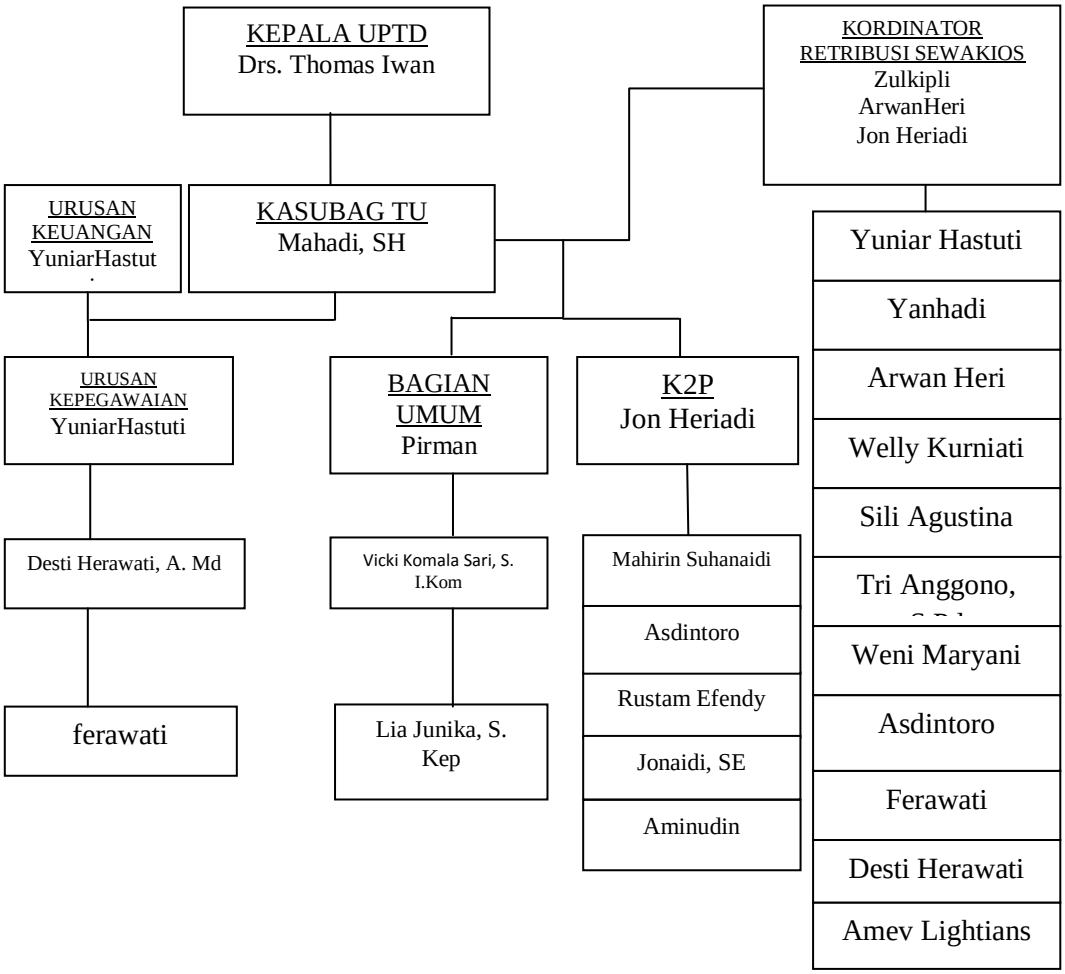
Pasar Panorama merupakan tempat berbelanja yang sangat strategis karena berada di tengah – tengah kota. Oleh karena itu tidak sulit untuk menuju ke sana. Bagi yang menggunakan kendaraan umum, hampir semua angkutan kota yang berwarna melewati Pasar Panorama yaitu jalur angkot yang berwarna kuning, biru, merah, hijau, dan putih. Hal ini menjadikan pasar panorama merupakan salah satu pasar yang berlokasi paling strategis dan paling ramai penjual dan pengunjungnya.

[3] KASUBAG UPTD Pasar Panorama Bengkulu, wawancara, tanggal 22 November 2016

C. Struktur Organisasi Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu[4]

Gambar 3.1

Struktur organisasi pasar tradisional Panorama Kota Bengkulu



D. Keadaan Pedagang

Pedagang yang mencari nafkah melalui kegiatan dagang di pasar Panorama kota Bengkulu berasal dari berbagai daerah. Bermacam-macam suku bangsa yang berdagang di pasar Panorama. Suku bangsa itu antara lain suku Jawa, Suku Lintang, Suku Serawai, dan Suku Minang, tetapi mayoritas

[4] KASUBAG TU, Unit Pelayanan Teknis Daerah Pasar Tradisional Panorama Tahun 2016

pedagang yang ada di Pasar Panorama kota Bengkulu tersebut ialah suku Minang (Padang).[5]

Pedagang yang di Pasar Panorama kota Bengkulu adalah mayoritas beragama Islam di samping itu ada pula yang beragama Kristen, Protestan, dan sebagainya. Kehidupan beragama terlihat dapat berjalan dengan rukun dan damai meskipun bermacam – macam agama banyak di pasar itu. Bagi pedagang Muslim mereka senantiasa dapat menjalankan ibadahnya setiap hari meskipun tempat tinggal mereka jauh dari pasar itu. Untuk menjalankan ibadahnya khususnya shalat wajib yaitu Zuhur dan Asar mereka dapat menjalankannya di masjid yang jaraknya tidak jauh dari pasar tersebut yakni masjid Al Munawwarah, Al Jihad dan Baiturrahman.

Para pedagang yang ada telah tersusun dengan rapi baik dari keteraturan pengelompokkan pedagang yaitu berdasarkan barang dagangan sehingga para pembeli yaitu masyarakat dengan mudah mendapatkan barang-barang yang ingin dibelinya. Pengelompokkan tersebut seperti khusus kelompok pedagang pakaian, pedagang sepatu sandal, pedagang ikan/daging, pedagang sayur mayur dan pedagang buah – buahan, dan lain sebagainya. Namun tak dapat dipungkiri juga masih ada pedagang yang berdagang tidak pada tempat pengelompokkannya seperti di pasar sayur ada yang berdagang pakaian, sandal dan sebagainya.

[5] Koordinator Restribusi Sewa Kios, Wawancara, tanggal 24 November 2016

E. Jenis-jenis Usaha Dagang dan Barang Yang Diperjualbelikan

Pedagang yang ada di Pasar Panorama Kota Bengkulu pada umumnya ialah pedagang eceran, disamping itu juga ada pedagang grosir dalam rangka memudahkan pedagang eceran. Pedagang grosir menyediakan kebutuhan pedagang eceran masyarakat yang membutuhkan barang dalam jumlah yang banyak.

Di Pasar Panorama Kota Bengkulu ini disediakan berbagai macam kebutuhan masyarakat seperti sandang, papan, pangan, dan kebutuhan lainnya seperti barang-barang elektronik. Kebutuhan akan sandang sangat banyak tersedia mulai dari pakaian bayi, anak-anak, remaja dan orang dewasa yang biasa didatangkan langsung dari luar Kota Bengkulu.[6]

Berikut ini jenis usaha yang diperdagangkan di Pasar Panorama terdiri dari :

a) Usaha perdagangan pakaian, terdiri dari beberapa jenis, seperti pakaian pria dan wanita dewasa, pakaian remaja, pakaian anak-anak dan pakaian bayi, dan pakaian Muslim.
b) Usaha perdagangan sepatu dan sandal, kebutuhan sepatu dan sandal juga sangat diminati oleh para pembeli karena banyak bentuk dan model terbaru yang di tawarkan oleh pedagang.
c) Usaha perdagangan jilbab juga semakin marak di Pasar Panorama karena jilbab menjadi *tranding topic* dan dunia *fashion* yang berkembang pesat.

[6] KASUBAG TU UPTD Pasar Panorama Bengkulu, Wawancara, tanggal 22 November 2016

Para pedagang menyediakan barang dagangannya dengan bentuk dan model yang diinginkan pembeli atau konsumen.

d) Usaha perdagangan gordyn, ini juga merupakan usaha para pedagang untuk mempercantik interior rumah.

e) Usaha perdagangan pecah belah, usaha yang menjual kebutuhan rumah tangga masyarakat.

f) Usaha perdagangan Aksesoris, menjual berbagai macam aksesoris untuk mempercantik diri seperti bros jilbab, kalung, gelang, jepit rambut, bando, dan sebagainya.

g) Usaha perdagangan kosmetik, menjual barang-barang untuk keperluan wanita.

h) Usaha perdagangan Warung Nasi. Warung nasi berlokasi di dalam dan di luar Pasar. Warung tersebut dimanfaatkan pedagang untuk sarapan dan makan siang.

i) Usaha perdagangan sembako, usaha yang sangat dibutuhkan masyarakat karena untuk memenuhi kebutuhan akan pangan setiap hari.

j) Usaha perdagangan ikan dan daging, terletak di tengah pasar dan berjualan di meja beralas keramik yang berukuran 3x3 meter.

k) Usaha perdagangan buah-buahan dan sayur-sayuran, kios-kios ini menjual berbagai macam jenis buah dan sayur segar.

l) Usaha perdagangan bumbu masak dan santan, menjual berbagai jenis bumbu masakan yang dibutuhkan para ibu-ibu.

Dari sekian banyak usaha pedagang yang ada di Pasar Panorama, mayoritas pedagang lebih banyak berdagang pakaian, dikarenakan penjualannya memiliki keuntungan yang lumayan dan penjualan tersebut juga diminati banyak masyarakat karena pakaian memiliki model dan bentuk yang bervariasi. Pedagang sepatu dan jilbab juga seperti itu, tapi yang lebih mendominasi adalah pedagang pakaian, dikarenakan penjualannya memiliki keuntungan yang lumayan dan penjualan tersebut juga diminati banyak masyarakat karena pakaian memiliki model dan bentuk yang bervariasi. Pedagang sepatu dan jilbab juga seperti itu, tapi yang lebih mendominasi adalah pedagang pakaian. Jumlah pedagang yang ada di pasar panorama adalah 536 orang untuk pedagang Kios, 1.122 orang untuk pedagang Auning dan 500 orang untuk pedagang Pelataran. Diperkirakan jumlah pedagang pakaian yang ada di pasar Panorama Adalah 80% dari jumlah pedagang Kios dan sekitar 40% dari pedagang Auning. Pedagang yang ada di pasar tradisional Panorama Bengkulu mayoritas adalah agama Islam. Dapat di persentasekan jumlah pedagang muslim yang berjualan di toko sekitar 90% begitu juga yang terdapat pada pedagang Auning.[7]

Jumlah dana PAD (pendapatan asli daerah) yang disumbangkan oleh pasar panorama yaitu sebesar Rp.585.341.360; dan rata – rata per bulan pasar Panorama menerima setoran sebesar Rp.48.778.447; dari pedagang. Dana yang dihitung adalah dana tahun 2015 dan hanya dari dana sewa kios, sedangkan untuk dana dari Auning dan Pelataran belum bisa dihitung karena pembukuan belum lengkap.[8]

---

[7] KASUBAG TU, UPTD Pasar Panorama Bengkulu, Wawancara, tanggal 22 November 2016

[8] Laporan keuangan Koordinator Retribusi Sewa Kios Pasar Panorama tahun 2015, Dokumentasi, tanggal 22 November 2016.

BAB IV

ANALISIS ETIKA PERSAINGAN BISNIS PEDAGANG MUSLIM DI PASAR PANORAMA DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM

A. Etika Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian Muslim di Pasar Tradisional Panorama Kota Bengkulu

1. Persaingan Tempat

Tempat adalah sesuatu yang dipakai untuk menaruh, menyimpan atau meletakkan sesuatu dan berguna untuk melakukan sesuatu.[1] Maka dari itu tempat adalah hal yang penting bagi para pedagang dimana mereka bisa meletakkan, menyimpan dan menggunakan barang yang mereka jual. Di pasar panorama banyak tempat – tempat yang pedagang gunakan mulai dari kios, auning, dan pelataran.

Kios adalah tempat berjualan yang berbentuk permanen yang telah disediakan oleh pemerintah yang memiliki dinding dan lantai keramik. Auning adalah tempat berdagang yang belum memiliki dinding namun sudah mempunyai tempat dengan lantai semen atau keramik. Sedangkan pelataran adalah tempat berjualan yang ada di dalam lokasi pasar namun, tidak memiliki tempat yang tetap seperti pedagang kaki lima dan masih di dalam lokasi pasar panorama.[2]

Dalam hal memilih tempat terkadang juga dijadikan persaingan oleh para pedagang. Persaingan tempat yang diteliti di pasar tradisional panorama adalah dari segi mendapatkan tempat yang strategis dan dari

[1] Desy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya : Amelia Surabaya, 2015, h. 505
[2] Kepala Kantor UPTD Pasar Panorama Bengkulu, Wawancara, tanggal 22 November 2016

segi kebersihan, kenyamanan, meramaikan tempat dan melanggengkan usaha.

Setelah melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti menemukan fakta yang terjadi terkait persaingan tempat di pasar panorama Bengkulu yaitu, dalam memilih tempat pedagang pasar tradisional panorama sudah memenuhi standar dan baik dalam pandangan islam terkhususnya pedagang pakaian.[3] Hal ini juga dapat dilihat dari kios-kios yang telah tertata rapi, bersih dan nyaman yang secara otomatis akan menarik perhatian pembeli. Kios tersebut dibangun dan ditata rapi oleh pemerintah lalu diberikan kepada pedagang dengan cara sewa.[4] Tempat-tempat yang telah dimiliki oleh pedagang bisa dikatakan strategis, karena jalan masuk kedalam pasar yang bisa dilakukan oleh masyarakat dari segala arah dan pasar tradisional panorama tidak pernah sepi oleh konsumen. Namun dari sisi meramaikan tempat dan melanggengkan usaha, ditemukan bahwa terdapat pedagang tradisional panorama yang menempuh jalan syirik, yaitu percaya dengan kekuatan jimat, karena menurut mitos yang beredar dikalangan pedagang jimat tersebut mampu menarik perhatian pembeli untuk datang ketempat berdagang.[5] Jimat ini biasanya diperoleh dari dukun atau warisan keluarga yang sudah lama berdagang dan jimat tersebut biasanya disebut "penglaris".[6] Kepercayaan terhadapa jimat sudah lama terjadi bahkan sudah menjadi rahasia umum

[3] Yus,wawancara, 20 November 2016
[4] Kepala Kantor UPTD Pasar Panorama, Wawancara, tanggal 22 November 2016
[5] Nasrul, wawancara, 22 November 2016
[6] Anas Zainudin, 22 November 2016

bagi pedagang. Kepercayaan dengan jimat ini timbul ketika melihat salah satu dari keluarga atau teman yang berhasil dalam bisnisnya setelah menggunakan jimat.[7] Jenis dari jimat ini biasanya berbentuk kalung, koin, patung kecil, keris dan lainnya.[8] Hal ini kian marak terjadi ketika terjadinya peningkatan jumlah konsumen dan pada saat terjadi musim Paceklik seperti saat ini, hal ini dibuktikannya banyak tokoh yang ditutup untuk sementara waktu musim paceklik.[9]

2. Persaingan Harga

Harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan dengan sesuatu atau uang dan memiliki nilai guna dan manfaat.[10] Harga biasanya merupakan salah satu yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat membeli suatu barang. Harga hanya dapat ditentukan oleh permintaan dan penawaran *(demand and supply).* Pemerintah ataupun yang memiliki otoritas ekonomi tidak memiliki hak dan wewenang untuk menentukan harga terhadap suatu komoditas.[11] Kecuali pemerintah telah menyediakan suatu komoditas untuk para pedagang dengan jumlah yang cukup untuk dijual dengan menggunakan harga yang ditentukan, atau pemerintah melihat dan mendapati adanya kezaliman – kezaliman di dalam sebuah pasar yang mengakibatkan rusaknya mekanisme pasar yang sehat. Pasar

[7] Asminar, wawancara, 23 November 2016
[8] Marni Yulis, wawancara, 25 November 2016
[9] Yulianti, wawancara, tanggal 19 Desember 2016
[10] Desy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia…,* h. 169
[11] Rozalinda, *Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakata : Rajagrafindo Persada, h. 153

yang bersaing sehat adalah pasar yang dapat mengahasilkan harga yang adil bagi penjual dan pembeli.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa persaingan harga yang terjadi di pasar panorama Bengkulu adalah terdapat pedagang melakukan ketidak jujuran tentang harga kepada konsumen. Ketidak jujuran tentang harga yang dilakukan adalah dengan cara mengatakan kepada konsumen bahwa harga yang diberikan saat bertransaksi adalah harga paling murah diantara semua pedagang yang ada. Namun setelah pembeli pergi ke tokoh lain ternyata pembeli mendapatkan harga yang lebih murah dari tokoh sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan pembeli agar tidak pergi ke tokoh yang lain, terlebih lagi jika pembeli tersebut membeli dalam jumlah yang banyak.[12] Berdasarkan hasil penelitian hal ini masih ditemukan pada pedagang yang ada di pasar tradisional panorama Bengkulu.

Dengan contoh masih ditemukan disebuah tokoh pakaian yang melakukan pembohongan harga. Pada saat pembeli datang untuk berbelanja pakaian, penjual menawarkan barangnya dan terjadilah tawar menawar yang kuat. Namun selama terjadinya tawar menawar harga yang disetujui belum terbentuk, karena pembeli yang tahu tentang harga yang ada di pasar berusaha mendapatkan harga yang pantas untuk nilai suatu barang, begitupun pedagang berusaha mempertahankan harga yang mereka berikan dengan mengatakan harga yang mereka berikan adalah

[12] Kartini, wawancara, 25 November 2016

harga yang paling murah diantara tokoh yang lain.[13] Tetapi pembeli tetap berusaha mencari harga yang lebih rendah dan ketika pembeli pergi ke tokoh yang lain, pembeli tersebut mendapati harga yang sesuai keinginan untuk kualitas dan barang yang sama. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat pedagang yang menetapkan harga sebesar Rp.60.000; kemudian konsumen menawar dengan harga Rp. 40.000; tetapi selama tawar menawar yang kuat anatara pembeli dan penjual harga tidak belum terbentuk. Maka dari itu pembeli pergi untuk mencari harga yang di inginkan namun penjual mengatakan bahwa harga yang diberikan adalah harga yang paling murah diantara pedagang lain. Pembeli tetap pergi lalu mencari ke tokoh yang lain, kemudian pembeli tersebut mendapatkan harga yang sesuai denga keinginannya yaitu Rp. 40.000; dengan kualitas dan barang yang sama.[14]

Dengan persaingan harga seperti ini maka akan membuat konsumen merasa dirugikan, baik yang ada di kota maupun dari desa atau dari luar kota Bengkulu. Karena tidak semua pembeli mengetahui harga yang ada dipasar, terlebih lagi pembeli yang dari desa dan diluar kota. Sedangkan konsumen yang ada di kota kemungkinan kurang mengetahui perkembangan harga yang ada, karena sibuk dengan rutinitas sehari-hari dan tidak begitu memperhatikan harga yang sedang beredar dipasar.[15] Untuk konsumen yang berasal dari desa hal yang seperti ini sering terjadi ketika pergi berkunjung ke kota untuk silatuhrahmi dengan keluarga yang

[13] Delisman, wawancara, 24 November 2016
[14] Ermawati, Wawancara, tanggal 23 November 2016
[15] Nurva Nely, wawancara, 23 November 2016

ada di kota sekaligus untuk berbelanja. Dengan memanfaatkan ketidak tahuan pembeli yang datang dari desa tentang harga yang beredar di pasar, saat itulah pedagang yang melakukan hal yang kurang baik salah satunya kebohongan atas harga yang sedang beredar seperti contoh diatas. Dan tidak jarang terjadi barang yang berikan tersebut berkualitas buruk namun dijual dengan harga yang tinggi dari harga yang biasanya.[16] Persaingan seperti ini dilakukan bukan pada saat hari-hari besar atau yang terkait dengan globalisasi seperti hari raya Idul Fitri atau tahun baru. Karena pada hari-hari itu permintaan meningkat maka harga bisa ikut meningkat sesuai dengan mekanisme pasar yang ada.[17] Namun hal seperti ini tidak akan terjadi kepada pembeli yang mengetahui harga pasar yang ada, karena mereka akan mencari tokoh yang memberika harga sewajarnya terhadap barang dan kualitas yang baik.

3. Persaingan Barang Dagangan (Produk)

Produk adalah merupakan keseluruhan objek atau proses yang memberikan jumlah nilai manfaat pada konsumen.[18] Dalam ajaran Islam semua sapek kehidupan manusia diatur dengan sempurna termasuk dibidang ekonomi yang diantaranya adalah produk. Di dunia perdagangan, persaingan dalam hal barang (produk) adalah hal yang wajar. Produk

[16] Fitriza, wawancara, 25 November 2016
[17] Asma Wati, wawancara, 25 November 2016
[18] Desy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia…,* h. 337

usaha bisnis yang dipersaingkan harus halal dan harus sesuai dengan apa yang diharapakan konsumen untuk menghindari penipuan.[19]

Ada beberapa syarat produk yang harus dipenuhi :

1. Suci

   Para pedagang menjual barang yang suci bukan dikategorikan najis yang diharamkan.

2. Dapat dimanfaatkan

   Para pedagang menjual barang yang bermanfaat bagi kehidupan.

3. Milik orang yang melakukan akad.

   Barang yang dijual oleh para pedagang yang sah dan kuasa penuh dari pedagang, bukan barang dari hasil pencurian dan kejahatan lainnya.

4. Dapat diserahkan

   Barang yang dijual pedagang dapat diserahkan pada pembeli pada waktu akad terjadi.

5. Dapat diketahui

   Yaitu barang yang diperjualbelikan oleh pedagang dapat diketahui oleh pembeli bentuk, takaran, sifat dan kualitas barang. Barang dagangan menjadi urusan vital para pedagang, pedagang yang mempunyai barang dagangan lengkap akan diserbu pembeli, begitu pula sebaliknya. Hal ini wajar terjadi, dimana para pedagang berlomba – lomba dalam menyediakan barang – barang yang dicari oleh pembeli.

[19] Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah,* Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014, h. 204

Terkait persaingan dalam produk sebelumnya telah dijelaskan pada poin kelima, yaitu dapat diketahui yang artinya barang yang diperjualbelikan dapat diketahui oleh pembeli baik dari bentuk, takaran, sifat dan kualitas barang. Disini pedagang dituntut untuk berlaku jujur dalam melakukan bisnisnya. Dalam fakta yang terjadi di pasar panorama terkait persaingan produk ditemukan bahwa terdapat pedagang yang melakukan kebohongan atas kualitas suatu produk.[20] Saat konsumen datang untuk membeli barang biasanya pelayan tokoh akan menyapa dengan rama kemudian menanyakan jenis pakaian apa yang dicari.[21] Setelah mengetahui barang apa yang diinginkan, maka pedagang akan terlebih dahulu mengeluarkan barang yang berkualitas biasa.[22] Setelah terjadi tawar menawar dan menetapkan harga barang pedagang terus melontarkan kata-kata pujian kepada konsumen terhadap barang tersebut dengan mengatakan "barang tersebut cocok untuk anda dan barang tersebut berkualitas bagus".[23]

Namun setelah diteliti dengan baik ternyata barang tersebut adalah barang yang berkualitas biasa dan cacat. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa saat konsumen melakukan pembelian suatu produk pakaian di sebuah tokoh pembeli mencari pakaian dengan jenis jaket. Dengan mengatakan bahwa barang tersebut berkualitas bagus, akhirnya konsumen tertarik untuk membelinya. Namun setelah diteliti

[20] Safarudin, wawancara, 28 November 2016
[21] Sri Maharani, wawancara, 29 November 2016
[22] Syafrul, wawancara, 29 November 2016
[23] Siti Juriah, wawancara, 28 November 2016

barang tersebut memiliki cacat yaitu jahitan dan merk yang terkelupas. Saat terjadinya transaksi antara pedagang pembeli, pedagang tidak menyebutkan adanya cacat dibarang tersebut bahkan sengaja menyembunyikannya. Dan saat ingin mengganti jaket tersebut ternyata jenis jaket yang sama sudah tidak ada. Maka dengan terpaksa pembeli tersebut harus mengganti pakaian tersebut dengan jenis pakaian yang lain.[24] Hal ini terjadi karena sistem pasar tradisional menganut tentang barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan namun hanya bisa diganti dengan jenis barang yang sama.[25] Hal ini terjadi pada pembeli yang kurang teliti dalam memilih produk dan pedagang pun dalam berdagang berupaya menyembunyikan cacat dari barang tersebut.[26] Alasan pedagang melakukan hal ini adalah yang terpenting bagi pedagang adalah barang tersebut terjual dan tanpa memperhatikan asas manfaat dari barang tersebut konsumen.[27]

4. Persaingan Pelayanan *(Customer Satisfaction)*

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Pedagang yang memberikan pelayanan prima, sesuai dengan syari'at Islam tanpa menimbulkan maksiat akan menarik pembeli, yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, tidak menyakiti pembeli

[24] Hasil Observasi pada hari Rabu tanggal 13 Juli 2016 pukul 12.30 Wib.
[25] Rita Elida Y, wawancara, 29 November 2016
[26] Faisal, wawancara, 30 November 2016
[27] Hasil Observasi pada hari rabu tanggal 13 juli 2016 pukul 12.30 Wib.

dengan kata – kata kasar, melayani pembeli dengan perkataan yang baik, dan tidak menutup kemungkinan memberikan bonus pada pembeli sebagai ucapan terimakasih.[28] Sebaliknya pedagang yang memberikan pelayanan kepada pembeli secara cuma – cuma artinya tidak menempatkan pembeli sebagai raja, dan menganggap sebaliknya yaitu pembeli yang membutuhkan pedagang, maka pedagang yang seperti ini akan sepi pembeli. Pelayanan pada pembeli sangat diperlukan bagi penjual, karena maju mundurnya transaksi pembelian adalah dimana penjual dapat menjaring pembeli sebanyak – banyaknya, sehingga menaruh kepercayaan pada banyak pembeli untuk membeli ditempat yang pedagang miliki.

Terkait persaingan pelayanan maka persaingan yang terjadi di pasar panorama adalah persaingan kurang baik di pandangan islam, ini terbukti dari pelayanan yang kurang prima dan hampir mendekati maksiat. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat pedagang yang melakukan pelayanan dengan menyakiti hati pembeli dengan kata-kata yang kurang baik.[29] Ini terjadi ketika tawar menawar telah dilakukan dan harga sudah terbentuk, namun pembeli tersebut tiba-tiba membatalkan transaksi. Hal ini terjadi ketika pembeli melihat secara spesifik barang yang akan dibeli tersebut yang menimbulkan rasa ketidak cocokkan terhadap barang tersebut. Oleh karena itu pembeli membatalkan transaksi, namun pedagang tidak bisa menerima hal tersebut maka dari itu pedagang mengeluarkan kata-kata kasar kepada pembeli.[30] Dari sisi lain berdasarkan

---

[28] Ismail Yusanto, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta : Gema Insane Press, 2002, h. 97

[29] Zuharian, wawancara, 1 Desember 2016

[30] Nurmailis, Wawancara, tanggal 21 November 2016

hasil observasi ditemukan bahwa terdapat pedagang yang menerapkan pelayanan yang mendekati maksiat dengan cara menempatkan wanita-wanita muda yang baru tamat Sekolah Menengah Atas (SMA) dan mahasiswi sebagai pelayan.[31] Wanita yang baru tamat SMA atau mahasiswi ini mayoritas menganut agama Islam yang tentunya mengetahui tentang perintah dan larangan dalam agama Allah SWT.[32] Namun masih terdapat bahwa ada yang tidak menerapkan apa yang diketahuinya tentang norma agama. Ini terlihat dari cara berpakaian, karena dari hasil observasi masih ditemukan pelayang yang tidak memakai jilbab dan memakai pakaian yang ketat yang seharusnya dihindari.[33] Dari hasil wawancara ditemukan pendapat yang mengemukakan bahwa ini adalah cara berpakaian yang modern pada saat ini, serta dengan cara ini mampu menarik perhatian pembeli terlebih pada kaum adam.[34] Walau pun sebenarnya pemilik tokoh tidak memaksa dalam menentukan pakaian yang harus digunakan[35], namun itu adalah tuntutan zaman di era modern masa kini. Dan dengan cara ini juga mampu menarik perhatian para pembeli juga terhadap orang sekitarnya.

B. Tinjauan Etika Bisnis Islam Tentang Etika Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian Muslim di Pasar Panorama Kota Bengkulu

1. Persaingan Tempat

Dalam tinjauan Etika Bisnis Islam masih ditemukan pedagang yang menggunakan jimat. Hal seperti ini seharusnya tidak terjadi

[31] Zuraidah, wawancara, 5 Desember 2016
[32] Salma Jambak, wawancara 5 Desember 2016
[33] Hasil Observasi pada hari kamis tanggal 18 November 2016 pukul 10.00 Wib.
[34] Rusman, wawancara, tanggal 18 November 2016
[35] Zulfikar Ali Butho, wawancara, 9 Desember 2016

karena hal tersebut termasuk dalam syirik dan mempersekutukan Allah. Dan Allah sangat membenci orang-orang syirik dan mempersekutukan-Nya, sebagaimana dalam firman-Nya:

إِنَّ ٱللَّهَ لَا يَغۡفِرُ أَن يُشۡرَكَ بِهِۦ وَيَغۡفِرُ مَا دُونَ ذَٰلِكَ لِمَن يَشَآءُۚ وَمَن يُشۡرِكۡ بِٱللَّهِ فَقَدِ ٱفۡتَرَىٰٓ إِثۡمًا عَظِيمًا ٤٨

Artinya : "Sesungguhnya Allah tidak akan mengampuni dosa syirik, dan Dia mengampuni segala dosa yang selain dari (syirik) itu, bagi siapa yang dikehendaki-Nya. Barangsiapa yang mempersekutukan Allah, maka sungguh ia telah berbuat dosa yang besar" (QS. An-Nisa : 48).[36]

Dari firman Allah ini dijelaskan bahwa Allah tidak akan mengampuni barang siapa yang melakukan dosa syirik kepadanya. Maka dari itu lakukanlah bisnis yang sesuai dengan syariat islam dan jangan melakukan hal yang bertentangan oleh norma agama. Tanpa takut akan kehilangan pembeli dan rezeki karena Allah telah mengaturnya. Dan yakinlah bahwa Allah telah menetapkan rezeki umatnya masing-masing sesuai usaha masing-masing. Oleh karena itu peroleh dan kembangkanlah harta dengan cara yang baik tanpa melanggar norma agama. Karena, harta yang kita peroleh merupakan karunia yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.

2. Persaingan Harga

Setelah melakukan analisis ditemukan pedagang yang melakukan pembohongan terhadap harga yang beredar. Persaingan seperti ini harusnya tidak terjadi karena didalamnya terdapat unsur kezaliman, penipuan dan ketidak jujuran. Seharusnya pedagang

[36] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya,* Bandung : CV Penerbit J-ART, 2005, h. 563

melakukan persaingan yang sehat seperti yang sudah dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang. Ketika berdagang, Rasulullah tidak pernah melakukan usaha yang membuat usaha pesaingnya hancur. Meskipun gaya berdagang Rasulullah seadanya tidak berarti tidak memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan harga yang paling ringan dan tidak mengambil untung sebanyak-banyaknya. Dan seharusnya ketidak jujuran terhadap harga tidak dilakukan karena persaingan dengan cara pembohongan terhadap harga akan merusak mekanisme pasar. Karena mekanisme pasar yang baik adalah kekuatan pasar yang bersifat massal dan impersonal yang merupakan fenomena alamiah. Biarkan mekanisme pasar berjalan dengan seharusnya dan tidak merugikan pedagang maupun pembeli, hal ini telah Allah jelaskan di dalam surat An-Nisa ayat 29 yaitu :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

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)[37]

Berdasarkan ayat ini sudah seharusnya harga yang ada di pasar berlaku selaras penawaran dan permintaan, dan tidak sepantasnya bagi siapa pun merekayasa harga yang berlaku. Bila barang banyak sedangakan permintaan sedikit maka secara otomatis harga akan turun

[37] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya…,* h. 83

dan juga begitu sebaliknya. Dan berdasarkan ayat ini juga bahwa Allah melarang memakan harta dengan cara yang batil karena merakayasa harga atau pembohongan harga adalah perbuatan batil karena memanfaatkan ketidak tahuan konsumen terhadap harga yang sedang beredar.

3. Persaingan Barang Dagangan (Produk)

Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam hal persaingan barang dagangan (produk) masih ditemukan pedagang yang melakukan pembohongan terhadap kualitas barang yang dijual. Hal ini harusnya tidak terjadi karena didalamnya terdapat unsur penipuan, keterpaksaan dan tidak adanya manfaat atas barang. Seharusnya pedagang memiliki keyakinan bahwa rezeki hanya semata-mata dari Allah SWT, ini akan menimbulkan sikap tawakal yang kokoh dalam berdagang. Selama berdagang hendaknya selalu senantiasa menyandarkan segala sesuatunya hanya kepada Allah SWT. Bila bisnisnya mengalami kemenangan dalam persaingan, maka ia akan bersyukur. Sebaliknya jika sedang mengalami kegagalan dalam bersaing, maka ia akan bersabar. Karena bagi umat muslim akan memandang bisnis adalah perintah Allah untuk bertebaran dimuka bumi dalam mencari karunia-Nya. Oleh karena itu, tidak ada pemikiran untuk mengahalalkan segala cara untuk sekedar “memenangkan” persaingan. Karena bagi umat muslim yang disebut dengan persaingan adalah berlomba – lomba menjadi yang terbaik. Terbaik dihadapan Allah yang dicapai dengan

sekuat tenaga untuk tetap setia menaati setiap aturan-Nya dalam berbisnis. Dan terbaik dihadapan manusia dengan memberikan kepuasan kepada pembeli dengan cara jujur akan setiap apa saja cacat dan kualitas barang yang dijual. Seharusnya sifat ketidak jujuran dalam menjalankan bisnisnya tidak dilakukan karena tidak sesuai dengan perintah Allah SWT. Karena kejujuran adalah hal terpenting dalam berbisnis untuk kemajuan bisnisnya dan menarik pembeli.

4. Persaingan Pelayanan *(Customer Satisfaction)*

Terkait dengan persaingan pelayanan *(customer satisfaction)* masi ditemukan pedagang/pelayan tokoh melakukan dengan cara mendekati maksiat dan berkata kurang baik terhadap konsumen. Dalam Islam telah diperbolehkan menggunakan berbagai cara untuk menarik pembeli asal hal tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama. Seharusnya cara-cara bersaing diatas tidak dilakukan, karena dengan cara berkata kasar terhadap konsumen maka akan kehilangan konsumen dan akan sepi pembeli. Bersikap lemah lembut terhadap sesama telah Allah anjurkan didalam firman-Nya yaitu:

فَبِمَا رَحۡمَةٖ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمۡۖ وَلَوۡ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلۡقَلۡبِ
لَٱنفَضُّواْ مِنۡ حَوۡلِكَۖ فَٱعۡفُ عَنۡهُمۡ وَٱسۡتَغۡفِرۡ لَهُمۡ وَشَاوِرۡهُمۡ فِي
ٱلۡأَمۡرِۖ فَإِذَا عَزَمۡتَ فَتَوَكَّلۡ عَلَى ٱللَّهِۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلۡمُتَوَكِّلِينَ
١٥٩

Artinya : "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian

apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya". (QS. Ali-Imran : 159)[38]

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa mukmin bersikap keras, tidak care terhadap terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu anjuran yang wajib. Karena dengan cara ini bukan hanya akan ramai akan pembeli namun juga mampu menjalin tali silatuhrahmi antar sesama muslim. Lalu Allah juga telah menerangkan bahwa cara berpakaian yang baik untuk umat Islam yaitu:

يَٰبَنِيٓ ءَادَمَ قَدۡ أَنزَلۡنَا عَلَيۡكُمۡ لِبَاسٗا يُوَٰرِي سَوۡءَٰتِكُمۡ وَرِيشٗاۖ
وَلِبَاسُ ٱلتَّقۡوَىٰ ذَٰلِكَ خَيۡرٞۚ ذَٰلِكَ مِنۡ ءَايَٰتِ ٱللَّهِ لَعَلَّهُمۡ يَذَّكَّرُونَ ٢٦

Artinya : "Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat" (QS. Al-A'raf : 26)[39]

Dalam ayat ini Allah menegaskan bahwa setiap umat-Nya harus berpakaian yang pantas, sopan dan menutupi aurat. Maka dari itu sudah seharusnya setiap pembisnis seharusnya melakukan persaingan yang baik. Jangan berkata kasar terhadap konsumen walaupun transaksi gagal dilakukan dan jangan mendekati maksiat hanya untuk menarik perhatian pembeli, karena masih banyak hal lain yang bisa dilakukan dalam bersaing tanpa melanggar norma-norma agama. Dan ketika salah satu dari kita ada yang melenceng dari norma agama

[38] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya…,* h. 71
[39] Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya…,* h. 153

dalam berbisnis, maka sudah seharusnya kita untuk saling mengingatkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis melakukan penelitian dan analisis tentang pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan :

1. Etika Persaingan yang terjadi di pasar Panorama Bengkulu yang meliputi persaingan tempat, persaingan harga, persaingan barang dagangan (produk), dan persaingan pelayanan *(customer satisfaction)*, masih ditemukan pedagang yang menggunakan jimat sebagai kepercayaan untuk melanggengkan usaha, masih ditemukan pedagang yang melakukan pembohongan terhadap harga yang beredar, juga masih ditemukan pedagang yang tidak jujur dalam spesifikasi barang yang dijual baik dari segi jenis maupun kualitas barang dan masih ditemui pelayan toko yang berpakaian kurang baik menurut islam serta melontarkan perkataan yang kurang baik terhadap konsumennya.
2. Berdasarkan analisis di lapangan persaingan yang terjadi di pasar Panorama Bengkulu terkait persaingan tempat, persaingan harga, persaingan barang dagangan (produk), dan persaingan pelayanan *(customer satisfaction)*, dalam tinjauan Etika Bisnis Islam tentang etika persaingan bisnis pedagang pakaian beragama Islam masih terdapat penyimpangan-penyimpangan terhadap Etika Bisnis Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan pasar Panorama Bengkulu adalah sebagai berikut :

Bagi pedagang pasar tradisional panorama Bengkulu khususnya untuk para pedagang yang beragama muslim, agar tidak melakukan persaingan yang bertentangan dengan Etika Bisnis Islam, baik itu dari segi persaingan tempat, persaingan harga, persaingan produk maupun persaingan pelayanan. Jadikan Al-Qur'an sebagai pedoman dalam melakukan apapun yang berkaitan dengan aktivitas perdagangan agar mendapat ridho-Nya. Karena Allah SWT telah memberikan jalan dan cara terbaik baik dalam melakukan perdagangan dan mencari rezeki dimuka bumi ini. Allah akan membalas semua tindakan yang dilakukan manusia baik itu yang buruk maupun yang terpuji. Sebagai muslim sudah seharusnya semua umat manusia percaya kepada Allah SWT dan hanya kepada-Nya untuk berserah diri. Karena apapun yang kita dapatkan dalam kehidupan ini semuanya berasal dari Allah SWT. Dan dengan berbuat yang sesuai dengan syariat Islam apapun yang dilakukan akan ridhoi-Nya serta termasuk kedalam orang-orang yang beriman.

DAFTAR PUSTAKA

Al- Graoud, Latifa M.dan Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2001

Anwar, Desy, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia,* Surabaya : Amelia Suarabaya, 2015

Arifin, Johan *Etika Bisnis Islam*, Semarang : Walisongo Press, 2009

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, Jakarta : Kementrian Pendiidikan dan Kebudayaan, 2011

Badroen, Faisal *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta:Prenada Media Group, 2006

Baidowi, Aris. *Etika Bisnis Perspektif Islam,* Jurnal Hukum Islam, Volume 9, Nomor 2, Desember 2011

Departemen Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur"an dan Terjemahannya*, Bandung : CV Penerbit J-ART, 2005

Ernawan, Eni R., *Business Ethics*, Bandung : CV. Alfabeta, 2011

Faisal, Badroen *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta : Prenada Media Group, 2006

Fauroni, Muhammad Lukman *Visi al-Qur'an : tentang Etika dan Bisnis,* Jakarta : Salemba Diniyah, 2002

Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2013

Kasmir, *Study Kelayakan Bisnis*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2003

Kuncoro, Mudrajad, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta : Erlangga, 2005

Koordinator Restribusi Sewa Kios, wawancara, tanggal 24 November 2016

Laporan keuangan Koordinator Restribusi Sewa Kios Pasar Panorama Bengkulu tahun 2015, Dokumentasi, Tanggal 22 November 2016

Mujahidin, Akhmad *Etika Bisnis Dalam Islam "Analisis Terhadap Aspek Moral Pelaku Pasar",* Jurnal Hukum Islam, vol. iv no. 2, Desember 2005

Mujahidin, Akhmad *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007

Panuju, Redi *Etika BIsnis Tinjauan Empiris dan Kiat Mengembangkan Bisnis Sehat*, Jakarta : PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia, 1995

Porter, Michael E., *Strategi Bersaing,* Terj. Sigit Suryanto : Karisma, 2007

Qardhawi, Yusuf *Norma dan Etika Ekonomi Islam,* Jakarta : Gema Insani, 1997

Rozalinda, *Ekonomi Islam "Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi",* PT. Raja Grafindo Persada, 2014

R. Ernawan, Erni *Business Ethics,* Bandung : CV. Alfabeta, 2011

Sa'adatul Hidayah, Novita "Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjaun Etika Bisnis Islam", Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2015

Saifullah, Muhammad *Etika Bisnis Dalam Praktek Rasulullah,* Jurnal Hukum Islam, Vol. 19, No. 1, Mei 2011

Shihab, M. Qurais *Etika Bisnis dalam Wawasan Al-Qur'an,* dalam Jurnal Kebudayaan dan Peradaban Ulumul Qur'an Vol. 3, No. VII, 1997

Sri Imayanti, Neni *Hukum Ekonomi Islam dan Ekonomi Islam Dalam Perkembangan,* (Bandung : Bandar Maju, 2003)

Undang-Undang nomor 5 tahun 1999 tentang *Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.*

Yusanto, Ismail, M. Karebat Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002

Yunia Fauzia, Ika, Abdul Kadir Riyadi,*Prinsip Dasar Ekonomi Islam "Perspektif Masaqif Al-syari'ah,* Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2014

Daftar Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Usaha Berdiri
1	Nasrul	L	63 Tahun	SMA	35 Tahun
2	Asnimar	P	43 Tahun	SMA	24 Tahun
3	Anas Zainudin	L	48 Tahun	SMA	± 23 Tahun
4	Kartini	P	43 Tahun	SMA	22 Tahun
5	Delisman	L	50 Tahun	SMP	22 Tahun
6	Sri Maharani	P	40 Tahun	SMA	20 Tahun
7	Zuharian	L	51 Tahun	SMA	20 Tahun
8	Asma Wati	P	45 Tahun	SMA	± 20 Tahun
9	Widyawati	P	40 Tahun	SMA	20 Tahun
10	Siti Juriah	P	45 Tahun	SMA	20 Tahun
11	Fitriza	P	45 Tahun	SMA	± 20 Tahun
12	Yulianti	P	35 Tahun	SMA	20 Tahun
13	Nurva Nelly	P	44 Tahun	SMA	18 Tahun
14	Nurmailis	P	49 Tahun	SMA	15 Tahun
15	Zuraidah	P	53 Tahun	SMA	15 Tahun
16	Rita Elida Y	P	45 Tahun	SMA	15 Tahun
17	Rusman	L	40 Tahun	SMA	15 Tahun
18	Safarudin	L	45 Tahun	SMA	15 Tahun
19	Yus	P	43 Tahun	SMA	15 Tahun
20	Zulfikar Ali Butho	L	43 Tahun	D III	15 Tahun
21	Salma Jambak	P	49 Tahun	SMA	15 Tahun
22	Syafrul	L	53 Tahun	S1	15 Tahun
23	Ermawati	P	45 Tahun	SMA	15 Tahun
24	Marni Yulis	P	43 Tahun	SMA	15 Tahun
25	Faisal	L	41 Tahun	STM	12 Tahun

Jadwal Penelitian

No	kegiatan	Bulan 2016-2017									
		April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan
1.	Tahap Persiapan Penelitian										
	a. Penyusunan dan Pengajuan Judul										
	b. Pengajuan Proposal										
	c. Perijinan Penelitian										
2.	Tahap Pelaksanaan										
	a. Pengumpulan Data										
	b. Analisis Data										
3.	Tahap Penyusunan Laporan										