



**Received:** 27 Februari 2022; **Revised:** 23 Maret 2022; **Accepted:** 30 Maret 2022

## Strategi Dagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Syari'ah (Studi Kasus Di Pasar Induk Pringsewu)

**Dedi Irawan**

Prodi Manajemen Pendidikan Islam, STIT Pringsewu, Lampung  
Jalan Wonokriyo, Gadingrejo, Pringsewu, Lampung, Indonesia  
E-Mail: [dediirawanstitpringsewu@gmail.com](mailto:dediirawanstitpringsewu@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dagang dalam perspektif etika Bisnis Syariah di pasar Induk Pringsewu. Metode penelitian yang di gunakan adalah penelitian kualitatif. Hasil penllitian menunjukan bahwa bahwa penjual belum menerapkan etika bisnis yang sesuai syari'ah, mereka lebih sering menerapkan etika bisnis berdasarkan kehendak pribadi demi mengejar keuntungan. Hal ini di pengaruhi oeh faktor pendidikan dan kebudayaan. pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam pembentukan kepribadian dan etika terutama dalam kegiatan bisnis. Kebudayaan juga dapat menimbulkan persepsi dan etika yang berbeda-beda diantara para penjual ketika melakukan transaksi jual beli atau mengenai sesuatu hal.

**Kata Kunci:** Strategi Dagang, Etika Bisnis Syariah

### Abstract

*This study aims to determine the trading strategy in the perspective of Islamic Business ethics in the Pringsewu Main Market. The research method used is qualitative research. The results of the study show that sellers have not applied business ethics that are in accordance with sharia, they more often apply ethics based on personal will in the pursuit of profit. This is influenced by educational and cultural factors. Education is one of the important factors in the formation of personality and ethics, especially in business activities. Culture can also lead to different perceptions and ethics among sellers when making sales transactions or about something.*

**Keywords:** Trade Strategy, Business Syariah Ethics

### PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis pada hakikatnya adalah merupakan kegiatan yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Setiap manusia tentu memiliki berbagai kebutuhan, mulai dari kebutuhan sehari-hari yang berupa makanan, minuman, pakaian serta perumahan, yang sering juga disebut sebagai kebutuhan pokok atau kebutuhan primer. Setelah kebutuhan primer tersebut terpenuhi, maka akan meningkat kepada kebutuhan sekunder yang berupa perlengkapan hidup sehari-hari seperti alat-alat rumah tangga, alat-alat dapur, alat transportasi, alat komunikasi dan sebagainya. Masyarakat juga memiliki kebutuhan yang bersifat kemewahan yang disebut juga sebagai kebutuhan tersier, misalnya perhiasan, mobil mewah, dan lain sebagainya (Gitosudarmo: 2001).

Konsep Al Qur'an tentang bisnis sangatlah komprehensif, sehingga parameternya tidak hanya menyangkut urusan dunia tetapi juga menyangkut urusan akhirat (Gitosudarmo: 2001). Dalam konsep ekonomi islam, manusia diberikan kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun disisi lain, ia terikat dengan iman dan etika sehingga ia tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya

atau membelanjakan hartanya. Oleh karena itu, dalam kaitannya dengan paradigma Islam tentang etika bisnis, maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi muslim adalah adanya konsep hubungan antara manusia dengan manusia, manusia dengan lingkungan, serta hubungan manusia dengan Tuhannya, yang dalam bahasa agama dikenal dengan istilah (*hablum minallah wa hablumminannas*).

Dengan berpegang pada landasan ini, maka setiap muslim yang berbisnis akan merasakan adanya kehadiran pihak ketiga yaitu Allah SWT di setiap aspek hidupnya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis. Dengan kerangka pemikiran seperti itulah, maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam ekonomi Islam, karena salah satu yang membedakan antara islam dan materialisme adalah bahwa islam tidak pernah memisahkan antara ekonomi dan etika. Islam adalah risalah yang diturunkan Allah SWT melalui Nabi Muhammad SAW untuk membenahi akhlak manusia (Qordawi : 1997). Oleh karena itu, ekonomi suatu bangsa akan baik, apabila akhlak masyarakatnya baik. Antara akhlak dan ekonomi memiliki keterkaitan yang tak dapat dipisahkan, karena akhlak yang baik akan berdampak pada terbangunnya muamalah atau kerjasama ekonomi yang baik.

Salah satu tempat yang sering dijadikan transaksi dalam bisnis adalah Pasar. Pasar merupakan tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli, dimana seluruh barang dari berbagai wilayah akan mengalir secara terpusat ke pasar (Chalid:2005). Barang-barang yang dijual sering dilakukan dengan berbagai macam cara dan terkadang menggunakan strategi-strategi yang tidak sesuai dengan etika bisnis syari'ah diantaranya tidak jujur, mengurangi timbangan dan adanya permainan harga, sehingga dampaknya dapat merugikan konsumen.

Pasar mendapat kedudukan yang penting dalam perekonomian Islam. Rasulullah SAW. sangat menghargai harga yang dibentuk oleh pasar sebagai harga yang adil. Oleh karena itu, Islam sangat menekankan adanya moralitas, seperti persaingan yang sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Implementasi nilai-nilai moralitas tersebut dalam pasar merupakan tanggung jawab bagi setiap pelaku pasar. Bagi seorang muslim, nilai-nilai ini merupakan refleksi dari keimanannya kepada Allah SWT, bahkan Rasulullah SAW memerankan dirinya sebagai mustasib di pasar. Beliau menegur langsung transaksi perdagangan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai moralitas terutama dalam islam (Rivai, Nuruddin, Arfa : 2019).

Pasar Induk Pringsewu merupakan salah satu pasar tradisional yang ada Kabupaten pringsewu. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sebagian penduduk yang ada di wilayah pasar tersebut adalah bekerja sebagai pedagang, namun ada juga penduduk dari wilayah lain yang melakukan jual-beli di pasar tersebut. Adapun barang-barang yang diperjual belikan di Pasar Induk Pringsewu ini sangat beragam, diantaranya adalah Berbagai kebutuhan Pokok Sembako, barang-barang elektronik, buah-buahan, pakaian atau busana dan alat-alat kebutuhan rumah tangga. Selain itu, tingkat pendidikan dan adat istiadat di antara para pedagang dan pembeli yang ada di Pasar Induk Pringsewu juga beragam.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, yaitu dengan mengamati secara langsung kondisi dilapangan (*Observasi*) (Sudjarwo, Basrowi: 2009), melakukan wawancara (*Interview*) dan data dokumentasi yang diperoleh melalui pihak Dinas Pengelolaan Pasar Kabupaten Pringsewu untuk mendapatkan informasi yang valid tentang Pasar Induk Pringsewu. Melalui penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa para pedagang di Pasar Induk Pringsewu sering melakukan strategi-strategi yang tidak sesuai dengan etika bisnis syari'ah ketika melakukan transaksi dagang diantaranya perilaku tidak jujur ketika melakukan jual beli, hal ini dapat dilihat dari penjualan-penjualan produk seperti buah-buahan, alat-alat elektronik dan alat-alat kebutuhan sehari-hari.

Selain itu, ada beberapa faktor yang menyebabkan Implementasi Etika Bisnis Islam masih jarang diterapkan di Pasar Induk Pringsewu, yaitu faktor pendidikan dan kebudayaan atau adat istiadat. Para ahli antropologi seperti Theodore Brameld melihat adanya keterkaitan yang sangat erat antara pendidikan, dan kebudayaan. karena keduanya berkenaan dengan sesuatu hal yang sama yaitu nilai-nilai (Barameld : 1957).

*Faktor Pendidikan.* Berdasarkan data yang diperoleh melalui salah satu pegawai Dinas Pengelolaan Pasar Induk Pringsewu. Menurutnya, rata-rata tingkat pendidikan pedagang yang berada di Pasar Induk Pringsewu sangat beragam, namun kebanyakan dari mereka adalah lulusan SD, SMP dan

SMU, sehingga kondisi seperti ini dapat mempengaruhi etika yang baik dan buruk bagi pelaku bisnis tersebut. Bahkan hingga saat ini, masih banyak diantara penjual tersebut yang belum mengetahui dan menerapkan etika bisnis yang sesuai syari'ah, mereka lebih sering menerapkan etika bisnis berdasarkan kehendak pribadi demi mengejar keuntungan. Oleh karena itu, pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam pembentukan kepribadian dan etika terutama dalam kegiatan bisnis.

*Faktor Kebudayaan atau adat istiadat.* Kebudayaan merupakan salah satu warisan yang diturunkan dari generasi ke generasi. Berdasarkan data yang diperoleh melalui Dinas Pengelolaan Pasar Induk Pringsewu, adat istiadat dan suku para pedagang yang ada di pasar Induk Pringsewu adalah beragam, diantaranya ada suku, Jawa dan Padang, Lampung. Namun rata-rata masih dikuasai oleh penduduk setempat yaitu yaitu Suku Jawa. Kebudayaan juga dapat menimbulkan persepsi dan etika yang berbeda-beda diantara para penjual ketika melakukan transaksi jual beli atau mengenai sesuatu hal. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang "Strategi Dagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Syari'ah (Studi di Induk Pringsewu)".

## TINJAUAN PUSTAKA

### Etika

Etika berasal dari kata Yunani berarti Ethos, yang dalam arti jamaknya (*Ta Etha*) artinya adat istiadat atau kebiasaan. Dalam pengertian ini Etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik kepada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat. (Sonny : 1998) Defenisi tersebut mengandung arti bahwa, Etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kebiasaan ini kemudian terungkap pada perilaku berpola yang terus berulang sebagai kebiasaan.

Etika dalam islam merupakan buah dari keimanan, keislaman, ketakwaan yang didasarkan pada keyakinan yang kuat pada kebenaran Allah S.W.T. Islam diturunkan Allah S.W.T pada hakikatnya adalah untuk memperbaiki akhlak dan etika yang baik. Oleh karena itu, Allah S.W.T dengan kasih-Nya menurunkan dan mengutus Nabi Muhammad S.A.W yang merupakan contoh teladan yang paling baik (*uswatun hasanah*) (Sofyan S. Harahap: 2012).

### Bisnis Islami

Bisnis adalah suatu kegiatan dengan menggunakan modal tertentu untuk memperoleh laba (Sholihin: 2010). Setiap manusia memerlukan harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga manusia berusaha untuk memperoleh harta tersebut dengan berbagai tindakan. Salah satunya adalah melalui bekerja, sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis.

Islam menganjurkan terutama bagi yang mempunyai tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, maka Allah S.W.T melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari harta, (Yusanto: 2002). Sebagaimana Firman S.W.T :

وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعِيشَةً قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿١٠١﴾

Artinya :

*Dan sungguh, kami telah menempatkan kamu di bumi dan disana kami sediakan (sumber) penghidupan untuk kamu. (Tetapi) sedikit sekali kamu bersyukur. (QS. Al Araf : 10)*

Dari paparan di atas, dapat di simpulkan bahwa bisnis islami adalah serangkaian bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak di batasi jumlah, kepemilikan hartannya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pedayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

## 1. Dasar Etika Bisnis Syariah

Ada beberapa prinsip dasar etika bisnis islami yang harus dijalankan oleh seorang pembisnis agar mendapatkan keuntungan didunia maupun keuntungan diakhirat, diantaranya adalah :

### a. Tepat Janji

Sebagai seorang muslim, maka kita diajarkan untuk menepati janji, karna janji adalah semacam ikrar, kesanggupan yang telah kita nyatakan kepada seseorang..

### b. Utang piutang

Utang merupakan kegiatan yang biasa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Hanya kadang-kadang utang juga dapat menimbulkan persoalan yang sangat sulit diatasi, sehingga menimbulkan pertengkaran, sampai masuk pengadilan bahkan dapat menyebabkan terjadinya pembunuhan di antara kedua belah pihak yang terlibat. Oleh karena itu, dalam kegiatan bisnis apabila seseorang berhutang harus segera membayar tanpa perlu ditunda-tunda jika sudah mampu membayarnya.

### c. Kejujuran

Kejujuran merupakan salah satu komponen penting dalam meraih kesuksesan dalam bisnis. Seorang yang jujur dalam bisnis, maka ia akan diberikan kepercayaan baik dari pimpinannya atau juga dari konsumen, sehingga usaha yang ia jalankan akan lebih cepat membawa kesuksesan.

### d. Tidak menjual barang haram dan minuman yang memabukkan

Transaksi yang terjadi didalam dunia bisnis pada dasarnya ada dua macam yaitu transaksi yang diperbolehkan, transaksi ini berhubungan dengan barang-barang yang halal misalnya pakaian, buah-buahan dan minuman-minuman yang diperbolehkan Syariah. Dan transaksi yang tidak diperbolehkan, yaitu transaksi yang berhubungan dengan barang-barang haram misalnya narkoba, daging babi, daging anjing dan minuman-minuman yang diharamkan menurut syariah, sebagaimana Firman Allah S.W.T :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ



Artinya :

Wahai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan, maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung (QS. Al Maidah : 90)

### e. Ukuran takaran atau timbangan.

Seorang konsumen akan memberikan penilaian kepada produsen ketika pertama kali melakukan transaksi. Dan salah satu yang dapat menimbulkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produsen adalah ketika melakukan transaksi dimana barang yang dijual harus sesuai dengan ukuran timbangan pada saat melakukan transaksi.

### f. Berperilaku hemat dan tidak boros

Perilaku hemat merupakan salah satu etika yang dianjurkan oleh Allah S.W.T, karena apabila seseorang dapat berhemat maka ia dapat mengumpulkan hartanya untuk modal dan membelanjakannya sesuai keperluannya. Sedangkan perilaku boros merupakan etika yang tidak disukai dalam islam, karena dengan perilaku boros tersebut, seseorang dapat merugikan dirinya sendiri bahkan Allah S.W.T menyebutkan di dalam Al Qur'an sebagai teman-teman syaitan.

### g. Masalah upah

Seorang muslim yang memiliki banyak harta dan usaha, tentu membutuhkan orang lain dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Dan orang tersebut juga memiliki hak untuk mendapatkan upah dari hasil usahanya. Oleh karena itu, seorang pembisnis harus segera memberikan upah kepada karyawannya sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan agar tidak terjadi kecemburuan sosial antara majikan dan bawahannya.

### h. Tidak membuat kerusakan dimuka bumi

Sesungguhnya apa yang ada di langit dan di bumi adalah milki Allah S.W.T. Salah satunya adalah sumber daya alam yang melimpah di Indonesia ini. Allah S.W.T menciptakan itu semua adalah untuk keperluan manusia itu sendiri. Oleh karena itu, sebagai pelaku bisnis tidak boleh merusak apa-apa yang telah Allah S.W.T ciptakan didunia ini, namun kita dianjurkan untuk memanfaatkan dan mengelolanya agar dapat menjadi sesuatu yang bernilai bagi kehidupan dunia dan akhirat kita.

i. Tidak mengambil hak milik orang lain

Dalam islam, setiap orang diberikan hak untuk berkarya demi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Begitu juga dalam dunia bisnis, kita dianjurkan agar usaha yang kita lakukan harus selaras dengan dengan kehendak Allah S.W.T yaitu tidak mengambil hak orang lain agar tercipta suasana yang saling menghormati dan kerjasama diantara pelaku-pelaku bisnis atau pesaing kita.

j. Perintah Berusaha

Dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, kita sebagai umat muslim di anjurkan berusaha dengan sebaik mungkin yaitu dengan bekerja keras. Tanpa adanya usaha dan kerja keras manusia tidak dapat mengumpulkan apa yang ia inginkan, baik untuk kepentingan dirinya maupun untuk kepentingan umum. Begitu juga dalam dunia bisnis, seorang pembisnis yang tekun, ulet dan pekerja keras akan lebih cepat berkembang usaha yang dikelolanya dibandingkan dengan orang yang tidak mau berusaha dan bersantai-santai.

k. Tidak Pamer Kekayaan

Pada hakikatnya, manusia mengumpulkan harta adalah sebagai bekal untuk kehidupannya didunia dan diakhirat. Namun ada juga yang menjadikan harta kekayaan yang ia peroleh adalah untuk kesenangannya didunia saja, sehingga membuat orang tersebut menjadi sombong dan pamer kekayaan. Padahal Harta yang ia kumpulkan itu, adalah sebagai ujian yang Allah S.W.T berikan kepada makhluknya, sebagaimana firman Allah S.W.T :

إِنَّمَا أَمْوَالُكُمْ وَأَوْلَادُكُمْ فِتْنَةٌ وَاللَّهُ عِنْدَهُ أَجْرٌ عَظِيمٌ ﴿١٥﴾

Artinya :

Sesungguhnya hartamu dan anak-anakmu hanyalah cobaan (bagimu), dan di sisi Allah-lah pahala yang besar. (QS. At Taghlabun : 15)

l. Agama dan kata hati

Dalam dunia bisnis, tentu setiap pelakunya akan di hadapkan pada berbagai persaingan-persaingan yang tidak sehat demi untuk mendapatkan konsumen juga keuntungan yang berlipat. Oleh karena itu, sebagai umat muslim, seorang pembisnis harus memiliki dua pendekatan agar tidak merugikan dirinya maupun orang lain yaitu *pertama* ; harus memiliki pendalaman terhadap agama, sehingga tindakan perilaku pembisnis selalu didasarkan pada tuntunan agama. *Kedua* ; harus memiliki etika yang baik ketika melakukan hubungan bisnis, sehingga konsumen senang dengan pelayanan yang diberikan kepadanya. Selain itu, kegiatan bisnis yang dilakukan hendaknya menuruti kata hati yang baik, sehingga tidak menimbulkan prasangka buruk baik terhadap pesaing maupun konsumen.

### Pasar

Dalam arti sempit, Pasar adalah tempat dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang-barang mereka. Sedangkan dalam arti luar Pasar adalah semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan (Kotler : 1997).

Syarat-syarat terjadinya Pasar

1. Ada tempat untuk melakukan transaksi
2. Ada barang dan jasa yang diperdagangkan
3. Terdapat penjual dan pembeli barang
4. Adanya interaksi atau hubungan dalam jual beli.

## Ekonomi Syariah

Ekonomi Syariah adalah kumpulan dari norma hukum yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits yang mengatur urusan perekonomian umat manusia (Ali: 2008). Dalam kegiatan ekonomi syariah, islam mengakui adanya motif laba (*profit*), namun motif laba itu terikat atau dibatasi oleh syarat-syarat moral, sosial dan pembatasan diri. Apabila batasan ini diikuti dan dilaksanakan dengan seksama maka akan menghasilkan suatu keseimbangan yang harmonis antara kepentingan individu dan kepentingan masyarakat.

Tujuan Ekonomi Islam Ada beberapa tujuan yang hendak dicapai dalam sisitem Ekonomi Syariah diantaranya adalah:

- a. Kesejahteraan ekonomi dalam kerangka norma moral islami.
- b. Membentuk masyarakat dengan tatanan sosial yang solid berdasarkan keadilan dan persaudaraan.
- c. Mencapai distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil dan merata.
- d. Menciptakan kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial.

Tujuan akhir dari ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dari syariat islam itu sendiri (*maqasyid asy syari'ah*), yaitu mencapai kebahagiaan didunia dan akhirat (*fallah*) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyah thayyibah*). Ekonomi Islam meletakkan manusia sebagai khalifah di juka bumi ini, di mana segala bahan-bahan yang ada di bumi dan di langit adalah diperuntukkan untuk manusia, sebagaimana firman Allah S.W.T dalam surat An-Nahl Ayat 12:

وَسَخَّرَ لَكُمُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ وَالشَّمْسَ وَالْقَمَرَ وَالنُّجُومَ مُسَخَّرَاتٍ بِأَمْرِ رَبِّكَ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ ﴿١٢﴾

Artinya :

Dan dia menundukkan malam dan siang, matahari dan bulan untukmu. dan bintang-bintang dikendalikan dengan perintah-Nya. Sungguh pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang mengerti. (QS. An-Nahl : 12)

Dengan demikian tujuan dari ekonomi islam yaitu untuk mewujudkan dan meningkatkan kesejahteraan bagi individu yang membawa mereka bagi kebahagiaan di dunia dan akhirat (*fallah*), dengan cara mengelola semua sumber daya yang telah di titipkan Allah S.W.T kepada manusia dengan sebaik-baiknya.

### Nilai-nilai Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah memiliki karakteristik dan nilai-nilai yang berfokus pada amar ma'ruf nahi mungkar yang berarti mengerjakan yang baik dan meninggalkan yang dilarang. Nilai-nilai tersebut adalah:

- a. Ekonomi Ilahiyah (Ke-Tuhan-an)  
Ekonomi ketuhanan mengandung arti bahwa manusia di ciptakan oleh Allah S.W.T untuk memenuhi perintahnya, yakni beribadah dan dalam mencari kebutuhan hidupnya, manusia harus berdasarkan aturan-aturan (Syariah) dengan tujuan utama untuk mendapatkan ridho Allah S.W.T.
- b. Ekonomi Akhlak  
Ekonomi akhlaq mengandung arti kesatuan antara ekonomi dan akhlaq harus berkaitan dengan sektor produksi, distribusi dan konsumsi. Seorang muslim, baik secara pribadi maupun secara bersama-sama tidak bebas mengerjakan apa saja yang diinginkannya atau apa yang menguntungkannya saja.
- c. Ekonomi Kemanusiaan  
Ekonomi Kemanusiaan mengandung arti bahwa Allah S.W.T memberikan predikat "Khalifah" hanya kepada manusia, karena manusia diberi kemampuan dan perasaan yang

memungkinkan ia melaksanakan tugasnya. Melalui perannya sebagai khalifah, manusia wajib beramal, bekerja keras dan berinovasi.

d. Ekonomi Keseimbangan

Ekonomi keseimbangan adalah pandangan islam terhadap hak individu dan masyarakat diletakkan dalam neraca keseimbangan yang adil tentang dunia dan akhirat, jiwa dan raga, akal dan hati, perumpamaan dan kenyataan, iman dan kekuasaan.

e. Pemilikan

Pemilikan dalam hukum ekonomi islam mengandung beberapa aspek, diantaranya adalah (a) pemilikan bukanlah penguasaan mutlak atas sumber-sumber ekonomi, tetapi kemampuan untuk memanfaatkannya, (b) Sumber-sumber daya alam yang menyangkut kepentingan umum harus menjadi milik umum atau Negara, sekurang-kurangnya dikuasai oleh Negara untuk kepentingan umum.

f. Keadilan

Prinsip keadilan harus diterapkan dalam segi kehidupan manusia terutama dalam hukum, sosial, politik dan ekonomi, karena keadilan adalah titik tolak sekaligus proses dan tujuan semua tindakan manusia. (Ali, Daud : 1995).

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif data yang dikumpulkan bukan angka-angka, akan tetapi berupa kata-kata atau gambaran. Data yang dimaksud berasal dari wawancara, catatan lapangan, observasi, dokumen pribadi dan dokumen-dokumen lainnya (Moleong: 2005).

Penelitian ini dilihat dari sifatnya termasuk penelitian *deskriptif-analitik*, yaitu penelitian yang digunakan untuk mengungkapkan, menggambarkan dan menguraikan suatu masalah (Nawawi: 1998). Adapun tujuannya adalah untuk menjelaskan aspek yang relevan dengan fenomena yang diamati dan menjelaskan karakteristik fenomena atau masalah yang ada. Berdasarkan pernyataan diatas, maka penelitian ini diarahkan untuk mengetahui Implementasi Etika Bisnis di Pasar Pasar Induk Pringsewu.

Metode pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian, karena metode ini merupakan suatu strategi untuk mendapatkan data yang diperlukan. Oleh karena itu, sesuai dengan masalah dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa metode guna mendapatkan data-data dan informasi yang valid dan lengkap diantaranya adalah:

Angket adalah suatu alat pengumpulan data yang berisi pertanyaan secara tertulis yang ditujukan kepada subjek/responden penelitian (Sudjarwo, Basrowi: 2009). Pertanyaan-pertanyaan pada angket, bisa berbentuk tertutup (berstruktur) dan dapat juga berbentuk terbuka (tidak berstruktur). Di sebut sebagai pertanyaan berstruktur apabila jawaban pertanyaan tersebut telah disediakan kemungkinan pilihannya, sehingga responden tinggal memilih yang sesuai. Dikatakan tidak berstruktur, karena peneliti hanya menyediakan pertanyaan tetapi alternatif jawaban tidak diberikan berupa pilihan, namun responden bebas menjawab sesuai dengan isi pertanyaan tersebut.

Dalam penelitian ini, metode angket digunakan untuk mengetahui lebih mendalam tentang Implementasi Etika Bisnis yang terjadi di Pasar Pasar Induk Pringsewu dan angket tersebut akan di bagi kepada para masyarakat atau konsumen. Wawancara adalah semacam dialog atau tanya jawab antara pewawancara dengan responden dengan tujuan memperoleh jawaban-jawaban yang dikehendaki. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan masyarakat yang ada disekitarnya, baik dengan penjual atau pembeli untuk mendapatkan data mengenai Strategi Dagang Dalam Perspektif Etika Bisnis Syari'ah yang dijalankan di Pasar Induk Pringsewu Lampung Utara.

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki (Hadi: 1990). Metode ini digunakan untuk mengamati secara langsung keadaan dilapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti. Pada pengamatan ini tahapan yang dilakukan adalah mengamati secara umum mengenai hal-hal yang sekiranya ada kaitannya dengan masalah yang diteliti, setelah itu dimulai dengan mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi pusat perhatian, kemudian dilakukan pembatasan objek pengamatan dan dilakukan

pencatatan. Dalam hal ini, peneliti melakukan teknik observasi untuk mengamati secara langsung praktek Etika Bisnis yang terjadi di Pasar Pasar Induk Pringsewu.

Metode Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda, dan lain-lain. (Arikunto : 2002). Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data-data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen. Dalam penelitian sosial, fungsi data yang berasal dari data dokumentasi lebih banyak digunakan sebagai data pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam.

Setelah data mengenai Prinsip Etika Bisnis di Pasar Pasar Induk Pringsewu terkumpul, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode *kualitatif* yaitu data yang dicatat bukan dengan angka-angka tetapi dengan menggunakan klasifikasi-klasifikasi (Soeratno, Arsyad : 2003). Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keadaan dan kondisi masyarakat tersebut mempengaruhi eksistensi kasus-kasus yang ada dalam data yang didapatkan tersebut. Selanjutnya, data yang terhimpun tersebut dianalisis berdasarkan teori Ekonomi Syariah. Dengan metode analisis data seperti ini diharapkan akan didapatkan suatu kesimpulan akhir mengenai Implementasi Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Syariaiah di Pasar Pasar Induk Pringsewu.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Setrategi dagang

Strategi adalah langkah-langkah yang harus di jalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Disamping itu banyak rintangan atau cobaan yang di hadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah. Strategi merupakan cara umum yang akan di tempuh untuk mencapai arah tujuan tersebut. Dalam dunia usaha pasar dan dunia pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat di pisahkan satu sama lainnya. Pasar dan pemasaran memiliki tingkat keterkaitan yang tinggi dan saling mempengaruhi satu sama lainnya.

Pasar Induk Pringsewu merupakan salah satu pasar tradisional yang ada Kabupaten pringsewu. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sebagian penduduk yang ada di wilayah pasar tersebut adalah bekerja sebagai pedagang, namun ada juga penduduk dari wilayah lain yang melakukan jual-beli di pasar tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, yaitu dengan mengamati secara langsung kondisi dilapangan (*Observasi*), (Sudjarwo, Basrowi: 2009), melakukan wawancara (*Interview*) dan data dokumentasi yang diperoleh melalui pihak Dinas Pengelolaan Pasar Kabupaten Pringsewu untuk mendapatkan informasi yang valid tentang Pasar Pasar Induk Pringsewu. Melalui penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa para pedagang di Pasar Induk Pringsewu masih melakukan strategy dagang secara konvensional yaitu dengan menerapkan:

1. Strategi Harga Kompetitif
  - 1) Relative Pricing Dalam strategi ini, pedagang dapat menentukan harga jual yang sama dengan harga jual para pesaing. Dari hasil wawancara, responden memilih untuk menentukan harga jual dagangan yang sama dengan harga jual para pesaing. "Harga jual dagang buah saya sama seperti harga jual buah yang lain" Tidak ada bedanya".
  - 2) Follow-the Leader Pricing Hasil wawancara menunjukkan bahwa responden tidak mengikuti harga yang ditetapkan oleh pemimpin pasar. "Tidak ada pemimpin pasar disini. Semua sama sehingga siapa saja bisa menentukan harga jual "

2. Diskon

Bagi manajemen perusahaan, salah satu cara memperkenalkan kemewahan dan keunggulan dari produk atau jasa yang ditawarkan, meningkatkan penjualan dan meningkatkan jumlah konsumen yaitu dengan pemberian diskon. Pemberian diskon bukan berarti bahwa produk atau jasa yang ditawarkan dijual dengan harga yang lebih murah. Ada berbagai jenis diskon menurut Arifin (2009) yang dapat ditawarkan didalam artikelnya. yaitu diskon untuk produk atau jasa yang tidak laku; diskon karena akan menutup usaha; diskon untuk produk atau jasa keluaran terbaru; diskon untuk momenmomen tertentu; diskon tunai; diskon dengan menaikkan harga jual terlebih dahulu; diskon



musiman; diskon kuantitas dan diskon Sebagian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan diskon kepada konsumen dengan situasi atau momen tertentu. “Saya bisa berikan diskon untuk produk atau jasa keluaran terbaru dan diskon menaikkan harga jual terlebih dahulu

Penentuan Cost Based Pricing Bagi manajemen perusahaan, penetapan harga jual suatu produk atau jasa dapat dilakukan dengan menentukan cost based pricing sebagai salah satu bentuk strategi manajemen dalam meningkatkan penjualan. Dalam menetapkan harga jual, manajemen memperhitungkan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa ditambah dengan tingkat keuntungan yang diinginkan sehingga harga jual yang ditawarkan kepada konsumen dapat menutupi biaya produksi yang telah dikeluarkan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden menerapkan strategi cost based pricing untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan setelah menghitung jumlah biaya yang dikeluarkan. “Berapa keuntungan yang saya inginkan saya tambahkan saja dengan pengeluaran-pengeluaran saya”.

Penjelasan masing-masing aspek dalam pemasaran berdasarkan etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

a. Kejujuran

Kejujuran merupakan salah satu komponen penting dalam meraih kesuksesan dalam bisnis. Seorang yang jujur dalam bisnis, maka ia akan diberikan kepercayaan baik dari pimpinannya atau juga dari konsumen, sehingga usaha yang ia jalankan akan lebih cepat membawa kesuksesan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa responden tidak mengikuti harga yang ditetapkan oleh pemimpin pasar. “Tidak ada pemimpin pasar disini. Semua sama sehingga siapa saja bisa menentukan harga jual ” dari hasil pengamatan responden bisa menentukan harga jual yang lebih tinggi dari harga pasaran.

b. Ukuran takaran atau timbangan.

Seorang konsumen akan memberikan penilaian kepada produsen ketika pertama kali melakukan transaksi. Dan salah satu yang dapat menimbulkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produsen adalah ketika melakukan transaksi dimana barang yang dijual harus sesuai dengan ukuran timbangan pada saat melakukan transaksi. Hasil wawancara menunjukkan bahwa ukuran takaran atau timbangan masih kurang pas. “masih ada takaran dan timbangan yang kurang pas”

Data penelitian menunjukkan bahwa penjual belum menerapkan etika bisnis yang sesuai syari’ah, mereka lebih sering menerapkan etika bisnis berdasarkan kehendak pribadi demi mengejar keuntungan. Hal ini dipengaruhi oleh faktor pendidikan dan kebudayaan. Tingkat pendidikan pedagang di pasar induk peringsewu mereka adalah rata-rata lulusan SD, SMP dan SMU. sehingga kondisi seperti ini dapat mempengaruhi etika yang baik dan buruk bagi pelaku bisnis tersebut. Oleh karena itu, pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam pembentukan kepribadian dan etika terutama dalam kegiatan bisnis. *Faktor Kebudayaan atau adat istiadat.* Berdasarkan data yang diperoleh melalui Dinas Pengelolaan Pasar Induk Pringsewu, adat istiadat dan suku para pedagang yang ada di pasar Induk Pringsewu adalah beragam, diantaranya ada suku, Jawa dan Padang, Lampung. Namun rata-rata masih dikuasai oleh penduduk setempat yaitu yaitu Suku Jawa. Kebudayaan juga dapat menimbulkan persepsi dan etika yang berbeda-beda diantara para penjual ketika melakukan transaksi jual beli atau mengenai sesuatu hal.

## KESIMPULAN

Melalui penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa para pedagang di Pasar Induk Pringsewu masih melakukan strategi dagang secara konvensional yaitu dengan menerapkan Strategi Harga Kompetitif yaitu Relative Pricing. Dalam strategi ini, pedagang dapat menentukan harga jual yang sama dengan harga jual para pesaing, Follow-the Leader Pricing. responden tidak mengikuti harga yang ditetapkan oleh pemimpin pasar. Dan pemberian Diskon dimana responden memberikan diskon kepada konsumen dengan situasi atau momen tertentu yaitu diskon untuk produk atau jasa keluaran terbaru dan diskon menaikkan harga jual terlebih dahulu. Data penelitian menunjukkan bahwa penjual belum menerapkan etika

bisnis yang sesuai syari'ah, mereka lebih sering menerapkan etika bisnis berdasarkan kehendak pribadi demi mengejar keuntungan. dari hasil pengamatan responden bisa menentukan harga jual yang lebih tinggi dari harga pasaran. Dan masih adanya ukuran takaran atau timbangan masih kurang pas.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Ifham Sholihin. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Penerbit Garamedia Pustaka Utama ; Jakarta. Thn. 2010.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Penerbit; Diponegoro, Bandung, thn.2010)
- H. Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Penerbit ; Alfabeta, Thn 2009)
- H. Moh Daud Ali dan Habibah Daud, *Lembaga-Lembaga Islam di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995
- K. Bertens. *Pengantar Etika Bisnis*. Penerbit ; Kanisius (Anggota IKAPI). Thn 2000.
- Koencoroningrat, *Metode – metode Penelitian Masyarakat*, Penerbit ; PT Gramedia, 1981.
- Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005
- Masyhuri, MP. Dan M. Zainuddin, MA. *Metodologi Penelitian*. (Bandung : PT. Refika Aditama 2009), Cet. Ke-2.
- Marzuki. *Metodologi Riset, Panduan Penelitian Bidang Bisnis dan Sosial*. Ekonisia, Yogyakarta, 2005.
- Nazar Bakry, *Tuntunan Praktis Metode Penelitian*. Penerbit ; Pedoman Ilmu Jaya, Jakarta, 1994.
- Pheni Chalid, *Sosiologi Ekonomi*, (Penerbit; Center for Social Economic Studies (CSES) Press, thn.2005)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (penerbit; PT Prenhallindo, Jakarta, thn.1997.
- Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Penerbit : Salemba Empat, thn. 2012
- Sony Keraf. *Etika Bisnis, Tuntunan dan relevansinya*. Penerbit ; Kanisius (Anggota IKAPI). Thn. 1998.
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research II*, Yayasan Penerbit Fak. Psikologi UGM, Yogyakarta, 1986.
- Sutrisno Hadi. *Metodologi Research*. Cet. Ke-22, ( Yogyakarta: Andi Offset, 1990).
- Sudjarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial*, (Penerbit : CV. Mandar Maju, thn.2009)
- Suharsini Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Penerbit ; Rineka Cipta, Jakarta, 2002.
- Zainudin Ali. *Hukum Ekonomi Syariah*. Penerbit ; Sinar Grafika. Thn.2008.
- Yusanto M.I dan M.K. Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*. Penerbit ; Gema Insani Press. Thn. 2002.
- Yusuf Qordawi. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Penerbit ; Gema insane Press. Thn. 1997.