

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR UCOK KODOK DAN
PAJAK BATU PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

REZA RIADI FAUZAN

NIM. 19 402 00215

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR UCOK KODOK DAN
PAJAK BATU PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh:
REZA RIADI FAUZAN
NIM. 19 402 00215**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR UCOK KODOK DAN
PAJAK BATU PADANGSIDIMPUAN**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**REZA RIADI FAUZAN
NIM. 19 402 00215**

PEMBIMBING I



**Azwar Hamid, M.A.
NIP. 198603112015031005**

PEMBIMBING II



**H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Silitang, Padangsidimpuan22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634)24022

Hal : Skripsi
An. **Reza Riadi Fauzan**
Lampiran : 6 (Enam) Exemplar

Padangsidimpuan, 24 Februari 2025

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah, dan memberikan saran-saran perbaikan yang diperlukan terhadap skripsi an. Reza Riadi Fauzan yang berjudul *Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Ucok Kodok Dan Pajak Batu Padangsidimpuan*, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah layak untuk diterima sebagai pelengkap tugas dan syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I

Azwar Hamid, M.A.
NIP. 198603112015031005

PEMBIMBING II

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Riadi Fauzan
NIM : 19 402 00215
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi
Jual Beli Di Pasar Ucok Kodok Dan Pajak Batu
Padangsidempuan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 8 Mei 2025

Saya yang Menyatakan,



REZA RIADI FAUZAN
NIM. 19 402 00215

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Reza Riadi Fauzan
NIM : 19 402 00215
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exslusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Ucok Kodok Dan Pajak Batu Padangsidempuan. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 8 Mei 2025

Saya yang Menyatakan,



REZA RIADI FAUZAN
NIM. 19 402 00215



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Reza Riadi Fauzan
NIM : 19 402 00215
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidempuan

Ketua

Azwar Hamid, MA.
NIDN. 2111038601

Sekretaris

Zulaiha Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Anggota

Azwar Hamid, MA.
NIDN. 2111038601

Zulaiha Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., MM.
NIDN. 2020077902

Damri Batubara, M.A.
NIDN. 2019108602

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Tanggal : 27 Mei 2025
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.30 WIB
Hasil/Nilai : Lulus 72,25 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,31
Predikat Indeks : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

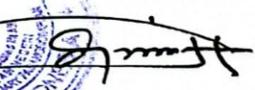
Judul Skripsi

**:IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR UCOK KODOK DAN
PAJAK BATU PADANGSIDIMPUAN**

**Nama
NIM**

**: Reza Riadi Fauzan
: 19 402 00215**

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 23 Juni 2025
Dekan,

Dekan, Dr. Darwis Harahap, S. HL., M. Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : REZA RIADI FAUZAN

NIM : 19 402 00215

Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Ucok Kodok Dan Pajak Batu Padangsidempuan

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah praktik jual beli serta implementasi transaksi jual beli yang terjadi di Pasar Ucok Kodok khususnya pedagang daging, dipandang dari sudut etika bisnis Islam karena menurut pengamatan sementara kita tidak dapat memungkiri bahwa banyak orang-orang yang tidak bertanggungjawab dalam praktik jual beli guna meraih keuntungan atau laba yang berlebihan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pedagang daging di pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu sudah sesuai dengan ketentuan ekonomi Islam. Landasan teori penelitian ini menggunakan teori etika bisnis dalam perspektif Islam. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif lapangan atau *field research*. Subjek penelitian ini adalah pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pasar Pajak Batu Padangsidempuan berjumlah 8 orang dengan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi serta teknik penjamin keabsahan data dengan ketekunan pengamatan, triangulasi sumber dan triangulasi metode. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli para pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidempuan berjalan secara umum, seperti pedagang membeli kepada distributor untuk dijual kembali, mempromosikan barang secara langsung ataupun melalui sosial media, hingga proses ijab kabul yakni terjadinya proses kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Kata Kunci: Akad, Etika Bisnis Islam, Transaksi

ABSTRACT

Name : Reza Riadi Fauzan

Reg. Number : 19 402 00215

Thesis Title : Implementation of Islamic Business Ethics in Buying and Selling Transactions in Ucok Kodok and Pajak Batu's Market Padangsidimpuan

The problem raised in this research is the practice of buying and selling and the implementation of buying and selling transactions that occur at Ucok Kodok Market, especially meat traders, viewed from the perspective of Islamic business ethics because according to temporary observations we cannot deny that there are many people who are irresponsible in their selling practices. buy in order to gain excessive profits or profits. The purpose of this study is to determine whether meat traders in Ucok Kodok and Pajak Batu markets are in accordance with Islamic economic provisions. The theoretical basis of this study uses the theory of business ethics in an Islamic perspective. This research uses qualitative field research methods or field research. The subjects of this research were 8 meat traders at Ucok Kodok Market and Batu Padangsidimpuan Tax Market with primary data sources and secondary data. Data collection techniques are observation, interviews and documentation. Data analysis techniques include data reduction, data presentation and verification as well as techniques for guaranteeing data validity using diligent observation, source triangulation and method triangulation. The results of this research show that the buying and selling practices of meat traders at the Ucok Kodok Market and the Batu Padangsidimpuan Tax run generally, such as traders buying from distributors for resale, promoting goods directly or through social media, to the consent process, namely the process of agreement between sellers and buyers.

Keywords: Contract, Islamic Business Ethics, Transactions

ملخص البحث

الاسم: رضا رياضى فوزان

رقم التسجيل: ١٩٤٠٢٠٠٢٣٤

عنوان البحث : تطبيق أخلاقيات الأعمال الإسلامية في معاملات البيع والشراء في السوق

ضفدع أوكوك وضريبة باتو بادانجسيديمبوان

المشكلة المطروحة في هذا البحث هي ممارسة البيع والشراء وتنفيذ معاملات البيع والشراء التي تحدث في سوق أوكوك كودوك، وخاصة تجار اللحوم، من منظور أخلاقيات الأعمال الإسلامية لأنه وفقا للملاحظات المؤقتة لا يمكننا أن ننكر أن هناك يقوم العديد من الأشخاص غير المسؤولين في ممارساتهم البيعية بالشراء من أجل الحصول على أرباح أو أرباح مفرطة. يستخدم هذا البحث أساليب البحث الميداني أو البحث الميداني. كان موضوع هذا البحث هو ٨ تجار لحوم في سوق الضريبي مع مصادر البيانات الأولية والبيانات الثانوية. تقنيات جمع البيانات هي الملاحظة والمقابلات والتوثيق. تشمل تقنيات تحليل البيانات تقليل البيانات وعرض البيانات والتحقق منها بالإضافة إلى تقنيات ضمان صحة البيانات باستخدام الملاحظة الدؤوية وتثليث المصدر وتثليث الطريقة. تظهر نتائج هذا البحث، أن ممارسات البيع والشراء لتجار اللحوم في سوق أوكوك كودوك وضريبة باتو بادانجسيديمبوان تخضع بشكل عام مثل التجار الذين يشترون من الموزعين لإعادة بيعها، أو الترويج للسلع مباشرة أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، إلى عملية الموافقة. وهي عملية الاتفاق بين البائعين والمشتريين.

اتفاقية البيع والشراء: التنفيذ، أخلاقيات الأعمال الإسلامية، معاملات البيع والشراء

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, ilmu, dan petunjuk kepada manusia khususnya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam atas junjungan alam, baginda Nabi Muhammad SAW sosok seorang panutan umat manusia di muka bumi ini. Berkat perjuangan beliau umat Islam saat ini bisa merasakan keindahan dan kedamaian persaudaraan antar sesama. Semoga peneliti dan semua yang membaca skripsi ini mendapat pertolongan dan cahaya agar selalu berada dalam kebaikan.

Skripsi ini berjudul "**Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Ucok Kodok Dan Pajak Batu Padangsidimpun**", ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpun. Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan. Sehingga tanpa bantuan, dukungan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak maka sulit untuk peneliti dalam menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan ucapan terima kasih, peneliti ucapkan kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, serta seluruh Civitas Akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak Azwar Hamid, M.A. selaku Pembimbing I dan Bapak H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Bapak/Ibu dan staff dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Teristimewa peneliti berdoa kepada Allah SWT. dan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua, Ayahanda dan Ibunda yang tanpa pamrih memberikan cinta dan kasih sayang, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
8. Serta teman-teman seperjuangan di Program Studi Ekonomi Syariah mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai.

9. Kepada semua pihak-pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini, termasuk narasumber ketika penelitian atau pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi hasil penelitian ini terdapat banyak kelemahan dan kekurangan maka, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam upaya perbaikan penulisan peneliti untuk kedepannya. Peneliti berserah diri kepada Allah SWT. atas segala usaha dan doa dalam penulisan skripsi ini. Semoga tulisan skripsi ini memberikan manfaat kepada peneliti dan kepada kita semua yang membaca.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb.

Padangsidempuan, Maret 2025
Peneliti

Reza Riadi Fauzan
NIM. 19 402 00215

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ḍa	Ḍ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	<i>Fathah</i>	A	A
ـِ	<i>Kasrah</i>	I	I
ـُ	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai	a dan u
ـِو	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...أ	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...ى	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū	u dan garis di atas

3. Ta *Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta *marbutah* hidup

Ta *marbutah* hidup atau yang mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta *marbutah* mati

Ta *marbutah* mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada kata terakhir dengan ta *marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta *marbutah* itu ditransliterasikan dengan /h/.

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyah* ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun *qamariyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

6. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fail*, *isim* maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin. Cetakan Kelima*. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	
LEMBAR MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
LEMBAR DEWAN PENGUJI	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	9
C. Batasan Istilah	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Kegunaan Penelitian	12
G. Sistematika Pembahasan	Error!
Bookmark not defined.	
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Tinjauan Teori	14
B. Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
B. Jenis Penelitian.....	42
C. Subjek Penelitian	42
D. Sumber Data	44
1. Data Primer	44
2. Data Sekunder	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
1. Observasi	45
2. Wawancara	45
3. Dokumentasi.....	46
F. Teknik Pengecekan dan Keabsahan Data.....	46
1. Triangulasi Sumber.....	46
2. Triangulasi Metode	46
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
1. Sejarah Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan	49
2. Sejarah Pasar Pajak Batu Padangsidempuan	50
B. Deskripsi Hasil Penelitian	52
C. Pengolahan dan Analisis Data	53

D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
E. Keterbatasan Penelitian	78
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel II. I PENELITIAN TERDAHULU	36
Tabel IV.I PEDAGANG DAGING DI PASAR.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dalam hidupnya dikodratkan menjadi makhluk yang hidup dengan bermasyarakat. Dengan disebutnya manusia sebagai makhluk sosial, hal ini dalam hidupnya manusia perlu adanya manusia lain yang hidup bersamanya yang ada dalam masyarakat. Tanpa disadari manusia dalam hidupnya selalu berhubungan satu sama lain untuk mencapai suatu kebutuhan hidupnya. Kedudukan bermasyarakat seseorang tersebut dalam melakukan hubungan ataupun perbuatan dengan orang lain disebut dengan muamalat.¹

Di sisi lain makin pesatnya persaingan antar pedagang di pasar tradisional dapat memberikan tantangan tersendiri bagi para pedagang dalam bersaing dan mempertahankan kelangsungan usaha dagangnya. Usaha dagang yang ingin berkembang dan ingin mendapatkan keunggulan bersaing harus dapat menyediakan produk/jasa yang berkualitas, harga yang murah dibandingkan pesaing, pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaingnya. Berkaitan dengan hal tersebut banyak pedagang di pasar tradisional mulai berkurang rasa kesadaran mengenai kedisiplinan etika bisnis dalam berdagang, seperti mengutamakan ibadah kepada Tuhan, menerapkan kedisiplinan waktu dalam menjalankan shalat tepat waktu. Namun tidak sedikit juga pedagang yang tetap mengutamakan ibadah dan menjalankan shalat tepat waktu karena mereka menganggap besar kecilnya

¹ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat* (Yogyakarta: UII Press, 2015), hlm. 11.

keuntungan yang didapatkan, ramai tidaknya pembeli, dengan mengutamakan ibadah dan shalat usaha yang dijalani akan makin berkah.²

Salah satu masalah yang sangat erat kaitannya dengan kehidupan manusia sebagai individu maupun sosial adalah etika. Etika dalam perkembangannya sangat memberikan pengaruh bagi kehidupan manusia. Di mana penerapan etika memberikan manusia bagaimana cara untuk mengambil sikap serta tindakan yang tepat dalam menjalani hidup. Pada akhirnya etika diterapkan dalam segala aspek atau sisi kehidupan manusia dalam mengambil keputusan. Nabi Muhammad SAW. dan para Rasul lainnya diutus untuk mendidik etika manusia untuk mencapai tujuan-tujuan yang lebih luhur dan membersihkan pikiran mereka dari pencemaran dan kotoran. Penyebaran etika Islam yang dilancarkan oleh Nabi bertujuan untuk mengembalikan manusia kepada tujuan asasinya, mengangkat suatu umat yang rusak menuju ketinggian dan kesempurnaan harkat martabat manusia. Seruan untuk menerapkan nilai-nilai etika terjadi di setiap sudut kehidupan duniawi dan pada setiap zaman. Islam sebagai agama dengan sistem komprehensif juga mengatur aspek-aspek dengan basis moralitas.³

Secara filosofi etika menggambarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai, sehingga etika bisnis berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi. Jadi etika dapat diartikan pemikiran tentang baik dan buruk. Etika bisnis Islam mengarahkan kegiatan bisnis sesuai dengan koridor syariah Islam. Penyesuain ini meliputi dua hal, yaitu etos dan etis. Etos Islam berkaitan

² Dessy Damayanthi Ambar Wati, Arman Paramansyah, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2.2 (2019), hlm. 161–162.

³ Rafik Isa Beekun, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), hlm. 3.

dengan semangat kerja yang dikehendaki Syariah. Tidak sedikit ayat Al-Quran dan Hadist menampilkan keutamaan bisnis, kerja mandiri, serta perintah pemanfaatan kekayaan alam. Sementara itu, etika Islam membatasi gerakan bisnis agar tidak terjerumus pada hal-hal yang diharamkan. Banyak bisnis yang di legalkan oleh suatu masyarakat namun berada dalam wilayah yang diharamkan Islam. Jadi, bisnis Islam yang etis di tantang untuk menggali inovasi bentuk dari bisnis Al-Quran dan Hadist seta mencari solusi agar perkembangan bisnis yang semakin pesat. Kerja demikian ini memerlukan seperangkat metode pengembangan etika.⁴

Nabi Muhammad dalam berdagang selalu mengutamakan aturan-aturan atau kaidah dalam berbisnis dimana beliau selalu bersikap jujur, adil dan tidak membuat pelanggan kecewa. Beliau juga menepati janjinya dan mengantarkan barang sesuai dengan kualitas yang diminta oleh pelanggan. Nabi Muhammad SAW selalu meletakkan keadilan dalam prinsip perdagangannya. Keterbukaan dan kejujuran Nabi Muhammad dalam melakukan transaksi perdagangan merupakan teladan bagi para generasi selanjutnya.⁵

Pasar merupakan sumber informasi yang memberikan data tentang harga-harga serta tempat menemukan jenis barang yang dibutuhkan. Pasar juga merupakan tempat bertemunya antar penjual dan pembeli serta tempat pengembangan usaha mereka, karna dengan adanya pasar yang terus berkembang sejalan dengan zaman yang terus mengalami kemajuan, yang didukung oleh semakin meningkatnya jumlah penduduk tiap harinya.⁶

⁴ Bambang Subandi, *Etika Bisnis Islam* (Surabaya: UINSA Pres, 2014), hlm. 5-6.

⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UUP AMP YKPN, 2014), hlm. 11.

⁶ El-Gamal Mahmoud A, 'An Economic Explication of the Prohibition of Gharar in Classical Islamic Jurisprudence', *Islamic Economic Studies*, 8.2 (2001), hlm. 29-58.

Pasar merupakan pasar yang berada dikawasan perkampungan dengan manajemen tanpa teknologi modern dan mereka memiliki pedagang menengah kebawah, yang masa operasi rata-rata dari subuh sampai siang atau sore, biasanya setiap daerah punya jadwal hari tiap masing-masing pasar. Seiring dengan perkembangan zaman, ditandai dengan persaingan bisnis yang semakin tinggi, para pelaku bisnis terkadang menggunakan segala cara untuk mendapatkan keuntungan dan mengabaikan etika dalam menjalankan bisnisnya.⁷

Penyimpangan dalam transaksi jual beli di Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan rentan terjadi. Beberapa kasus yang ditemui seperti kejanggalan yang terjadi pada kualitas barang yang dijual belikan, timbangan yang digunakan dalam transaksi jual beli, pelayanan dalam transaksi jual beli dan ketidakjujuran dalam menginformasikan barang yang dijual belikan. Kejanggalan yang disebabkan oleh ketidakjujuran pedagang dalam menginformasikan barang yang dijual belikan terlihat dari pedagang yang memberikan informasi seakan-akan barang memiliki kualitas baik. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen. Nilai kejujuran yang dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW. Beliau seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Asy-Syu'ara ayat 181-183:

⁷ Baker A Alserhan, *The Principles of Islamic Marketing* (Surrey: Gower Publishing, 2011), hlm. 11.

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۝ ١٨١ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ

الْمُسْتَقِيمِ ۝ ١٨٢ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

۝ ١٨٣

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.⁸

Maksud ayat diatas adalah Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada umumnya, dan kepada para pelaku bisnis khususnya untuk berlaku jujur dalam menjalankan roda bisnisnya dalam bentuk apapun, adanya sebuah penyimpangan dalam menimbang, menakar dan mengukur barang merupakan satu contoh wujud kecurangan dalam bisnis.⁹ Untuk memperoleh jual beli yang berkah maka harus menerapkan prinsip-prinsip moral dalam jual beli sebagaimana yang telah dijelaskan di atas. Dan dalam bertransaksi secara syariah, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni: saling ridha (*An-Taradhin*), bebas manipulasi (*Gharar*), aman/tidak membahayakan (*Mudharat*), tidak spekulasi (*Maysir*), tidak ada monopoli dan menimbun (*Ihtikar*), bebas riba, dan *halalan thayyiban*.

Berdasarkan dengan hal di atas, maka penerapan etika bisnis Islam dalam praktik jual beli sangatlah penting, dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak

⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahan* (Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2020), hlm. 290.

⁹ Leni Marlina Muhammad Roby Kaharudin, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pasar Tradisional Prabumulih', *Jurnal Manajemen & Akuntansi Prabumulih*, 6.1 (2022), 75.

harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat di niatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada tuhan, maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita di dunia yang “dibisniskan” (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat. Disamping itu juga, Islam tidak membiarkan pemilik harta bebas secara mutlak mendapatkan hartanya kecuali dengan jalan perniagaan, karena melalui perniagaan perekonomian suatu negara akan berkembang dan berimbas kepada kesejahteraan setiap anggota masyarakat.¹⁰

Konsep pasar dalam Islam adalah pasar yang ditumbuhi dengan nilai-nilai syari’ah seperti keadilan, kejujuran, dan persaingan sehat yang merupakan nilai-nilai universal, bukan hanya untuk muslim tetapi juga non muslim.¹¹ Seperti yang dikatakan Ibnu Taymiyyah menyatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang Islami adalah orang harus bebas keluar masuk pasar, adanya informasi yang cukup tentang kekuatan pasar dan barang dagangannya, monopolistik serta kolusi antara penjual dan pembeli harus dihilangkan, adanya kenaikan penurunan harga disebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran, dan adanya

¹⁰ Muhammad Roby Kaharudin,....., hlm. 76.

¹¹ Samir Abuznaid, ‘Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market’, *An-Najah University Journal for Research (Humanities)*, 26.6 (2012), 1473–1503.

homogenitas serta standarisasi produk agar terhindar dari pemalsuan, penipuan dan kecurangan kualitas barang.¹²

Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara satu pihak dan pihak lain untuk yang menonjolkan aspek ketuhanan, keadilan, kesetaraan (perbuatan) dan kejujuran, dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam memproduksi dan menghindari kegiatan spekulatif dari berbagai transaksi Islam.¹³ Pasar dalam Islam, adalah pasar yang didalamnya diterapkan nilai-nilai Islam, seperti jual beli yang sah menurut syara' harus memiliki rukun dan syarat yang sesuai dengan islam, yaitu terdapat akad, orang yang berakad, *ma'kud alaih* (barang yang diperjualbelikan) serta terdapat nilai tukar pengganti barang. Adapaun syarat subjek (orang yang berakad adalah: berakal (baligh dan dewasa) tanpa paksaan (sama-sama rela) *mumayyiz*, sedangkan syarat barang yang diperjualbelikan harus halal dan baik, bermanfaat menurut *syara'*, tidak ditaklukan, serta barang tersebut milik sendiri. Selain hal diatas pasar dalam Islam tidak boleh adanya riba, *gharar* (ketidakjelasan) *tadlis* (penipuan) dan lain-lain.

Permasalahan yang kemudian peneliti angkat disini adalah praktik jual beli serta implementasi transaksi jual beli yang terjadi di Pasar UcoK Kodok khususnya pedagang daging, dipandang dari sudut etika bisnis Islam karena menurut pengamatan sementara kita tidak dapat memungkiri bahwa banyak orang-orang

¹² Rafik Isa, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), hlm. 72.

¹³ Adrian Sutedi, *Pasar Modal Syariah: Sarana Investasi Keuangan Berdasarkan Prinsip Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 5..

yang tidak bertanggungjawab dalam praktik jual beli guna meraih keuntungan atau laba yang berlebihan.

Tempat fokus penelitian penulis disini adalah pada tempat pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan, karena dugaan sementara banyak kasus yang terjadi di mana jual beli yang Islami tidak diutamakan, mereka cenderung tidak peduli terhadap kekecewaan pelanggan. Misalnya etika berbentuk ketidak jujuran, pelayanan yang kurang memuaskan konsumen, menjual barang dengan harga yang tinggi dengan kualitas yang rendah, kecurangan dalam timbangan, karena sebagian pedagang menganggap hal ini tidak penting dan yang terpenting adalah mendapatkan keuntungan yang berlimpah.

Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pedagang di Pasar Pajak Batu dan Ucok Kodok Padangsidimpuan. Hasil wawancara dengan Bapak Aseng di Pasar Ucok Kodok mengenai cara untuk meningkatkan pelayanan :

“Saya selalu berusaha mendengarkan keluhan pelanggan dan memperbaiki apa yang bisa saya perbaiki. Saya juga berusaha untuk tidak hanya menjual daging, tetapi juga memberikan informasi mengenai cara memilih daging yang baik dan segar. Saya pikir edukasi kepada pelanggan juga penting. Jika pelanggan merasa diperhatikan dan diberdayakan, mereka akan lebih menghargai usaha kita. Selain itu, saya berusaha menjaga kualitas produk saya, meskipun itu berarti saya harus berkorban sedikit dalam hal harga. Akhirnya, saya percaya bahwa kejujuran dan kualitas akan berbicara lebih keras dibandingkan dengan keuntungan instan.”

Hasil wawancara dengan Bapak Hj. Doli di Pasar Pajak Batu mengenai etika:

“Saya rasa etika dalam jual beli di pasar ini sangat bervariasi. Banyak pedagang yang hanya fokus pada keuntungan tanpa memikirkan kepuasan pelanggan. Misalnya, ada yang menjual daging dengan harga tinggi, tetapi kualitasnya tidak sebanding. Dalam hal ini, saya sering melihat pelanggan yang kecewa, tetapi mereka tidak selalu mengeluh. Mereka mungkin merasa bahwa tidak ada gunanya mengadu, karena sudah banyak pengalaman buruk sebelumnya. Selain itu, terkadang kami juga terpaksa menggunakan takaran

yang kurang tepat, karena ada tuntutan untuk memberikan lebih kepada pelanggan atau, sebaliknya, mengambil sedikit untuk keuntungan. Saya pribadi tidak setuju dengan hal itu, karena saya percaya bahwa kejujuran dalam berjualan adalah yang terpenting. Tapi di sisi lain, ada tekanan dari kompetisi di pasar yang membuat beberapa pedagang berpikir bahwa mereka harus melakukan hal-hal tersebut untuk bertahan.”

Perlunya peninjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang daging ini. Ekonomi Islam mengajarkan bagaimana melakukan suatu aktivitas ekonomi yang sesuai dengan syariat Islam. Namun dalam pelaksanaannya ekonomi Islam belum seluruhnya diketahui oleh masyarakat utamanya di lingkup masyarakat perkampungan, pengetahuan mereka akan transaksi yang sesuai dengan yang diajarkan oleh Nabi Muhammad masih kurang. Sehingga banyak terjadi kecurangan-kecurangan, adanya pihak yang dirugikan serta produksi dan distribusinya ditakutkan mengarah kepada sesuatu yang diharamkan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan peneliti tertarik untuk meneliti kasus tersebut. Oleh sebab itu, judul penelitian pada permasalahan tersebut yaitu, “**Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidempuan**”.

B. Batasan Masalah

Pembatasan masalah diberikan penelitian agar masalah dalam penelitian lebih terperinci. Maka peneliti memberikan batasan masalah hanya membahas tentang implementasi etika bisnis dalam transaksi jual beli menurut perspektif ekonomi Islam studi kasus pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidempuan.

C. Batasan Istilah

Batasan istilah bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman serta memberikan kemudahan dalam penafsiran isi dalam penelitian. Maka dari itu peneliti membatasi istilah dengan kata kunci sebagai berikut:

1. Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Sederhananya, para pelaku bisnis harus bersedia menaruh komitmen bahwa dalam melakukan kegiatan bisnis baik itu bertransaksi, berperilaku, dan berelasi hendaknya mematuhi etika bisnis sehingga dapat mencapai tujuan bisnis dengan baik.¹⁴ Etika bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu etika bisnis dalam transaksi jual beli menurut ekonomi Islam.
2. Transaksi adalah kejadian ekonomi atau keuangan yang melibatkan paling tidak dua belah pihak (seseorang dengan seseorang atau beberapa orang lainnya) yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam dan lain-lain atas dasar suka sama suka ataupun atas dasar suatu ketentuan hukum atau syariat yang berlaku.¹⁵
3. Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.¹⁶ Jual

¹⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), hlm. 3.

¹⁵ Amir Mua'allim Nur Kholis, *Transaksi Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Penerbit Quantum Madani, 2018).

¹⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Edisi 1 (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 68.

beli yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jual beli yang dilakukan oleh pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan.

4. Ekonomi Islam merupakan suatu ilmu yang multidimensi/interdisiplin, komprehensif dan saling terintrogasi, meliputi ilmu Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits, dan juga ilmu yang rasional (hasil pemikiran dan pengalaman manusia), dengan ilmu ini manusia dapat mengatasi masalah-masalah keterbatasan sumber daya untuk mencapai *falah* (kebahagiaan).¹⁷ Ekonomi Islam yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu suatu perspektif ekonomi Islam terhadap etika bisnis dalam transaksi jual beli.
5. Pasar merupakan salah satu tempat terjadinya jual beli barang maupun jasa. Selain itu di dalam pasar terjadi hubungan sosial antara pedagang dan pembeli. Penjual dan pembeli dapat bertransaksi atau sepakat dalam jual beli. Transaksi yang disepakati meliputi barang, penjual, pembeli, dan harga barang.¹⁸ Pasar yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas peneliti yaitu:

1. Apakah Pedagang Daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Sudah Sesuai Dengan Ketentuan Ekonomi Islam?

¹⁷ Arqam Arroyah Mondika Muhammad Mufid Abdurrahman, 'Sistem Ekonomi Islam Dan Kesejahteraan Masyarakat', *JEBESH: Journal of Economics Business Ethic and Science Histories*, 1.1 (2023), hlm, 141.

¹⁸ Cristisia Legi, dkk, 'Kinerja Perusahaan Daerah (PD) Pasar Dalam Mengelola Pasar Tua Tombatu Kecamatan Tombatu Utara Kabupaten Minahasa Tenggara', *Jurnal Governance*, 3.2 (2023), hlm. 2.

2. Apakah Pedagang Daging Daging di Pasar Menerapkan Etika Bisnis Islam Dalam Proses Jual Beli Sehari-hari?
3. Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini disusun karena adanya tujuan yang hendak dicapai. Penelitian yang ingin dicapai peneliti yaitu :

1. Untuk Mengetahui Apakah Pedagang Daging di Pasar Ukok Kodok dan Pajak Batu Sudah Sesuai Dengan Ketentuan Ekonomi Islam.
2. Untuk Mengetahui Apakah Pedagang Daging Daging di Pasar Menerapkan Etika Bisnis Islam Dalam Proses Jual Beli Sehari-hari.
3. Untuk Mengetahui Bagaimana Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

F. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka kegunaan penelitian ini memiliki manfaat untuk pihak-pihak tertentu diantaranya yaitu:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan memberi nilai kegunaan bagi peneliti yang mana dapat menambah wawasan mengenai “implementasi etika bisnis dalam transaksi jual beli menurut perspektif ekonomi Islam studi kasus pedagang daging di Pasar Ukok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan.” Penelitian ini juga bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dalam menambah referensi penelitiannya.

2. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah *literature* di perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta dapat disajikan bahan bacaan atau *literature* penelitian-penelitian selanjutnya bilamana perlu.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang berniat untuk melakukan penelitian yang sama atau yang lebih luas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Etika Bisnis

a) Pengertian Etika Bisnis

Etika dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Yunani, *ethos* yang berarti kebiasaan atau watak. Etika juga berasal dari bahasa Perancis, *etiquette* atau biasa diucapkan etiket yang artinya kebiasaan cara bergaul, berperilaku. Konsep etika lebih merupakan pola perilaku atau kebiasaan yang baik dan dapat diterima oleh lingkungan pergaulan seseorang atau suatu organisasi tertentu.¹

Etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan sebagai perilaku. Sehingga etika perdagangan yaitu sebagai perangkat nilai tentang baik buruk, benar dan salah dalam dunia perdagangan. Kegiatan bisnis tidak hanya berupaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, namun juga bermaksud menyediakan sarana-sarana yang dapat menarik minat dan perilaku membeli masyarakat. Etika pada dasarnya merujuk pada dua hal, yaitu:

- 1) Etika berkenaan dengan disiplin ilmu yang mempelajari nilai-nilai yang dianut oleh manusia beserta pembedanya. Etika dalam hal ini merupakan salah satu cabang filsafat.

¹ Darwis Harahap, *Fiqh Muamalah I* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 70-75.

2) Etika merupakan pokok permasalahan dalam disiplin ilmu itu sendiri, yaitu nilai-nilai hidup dan hukum-hukum yang mengatur tingkah laku manusia.²

Etika bisnis adalah penerapan pemahaman tentang norma-norma moral yang baik dan benar yang digunakan oleh bisnis. Bisnis adalah kegiatan yang meningkatkan nilai melalui pengiriman layanan, pertukaran produk, atau pemrosesan mereka. Tujuan bisnis adalah untuk menghasilkan keuntungan, tetapi harus mematuhi semua standar hukum yang berlaku. Jika secara khusus dilarang oleh berbagai pembatasan hukum, operator perusahaan tidak boleh terlibat dalam kegiatan tersebut.³

Ada beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai tujuan umum dari studi etika bisnis, sebagai berikut:

- a) Menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis.
- b) Memperkenalkan argumentasi-argumentasi moral di bidang ekonomi dan bisnis serta cara penyusunannya.
- c) Membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.

Dengan demikian, maka ketiga tujuan tersebut dari studi etika bisnis diharapkan dapat membekali para stakeholders parameter yang berkenaan dengan hak, kewajiban, dan keadilan sehingga dapat bekerja secara profesional demi mencapai produktivitas dan efisiensi kerja yang optimal.

² Ali Hardana, 'Model Pengembangan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi', *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 6.2 (2018), 32.

³ Kees Bertens, *Etika* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019), hlm. 273.

b) Tujuan Umum Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar atau salah dalam duna bisnis yang berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Berikut beberapa hal yang dapat dikemukakan sebagai tujuan umum dari studi etika bisnis, antara lain:

- 1) Menanamkan kesadaran akan adanya dimensi dalam bisnis.
- 2) Memperkenalkan argumentasi-argumentasi moral di bidang ekonomi dan bisnis serta cara penyusunannya.
- 3) Membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.⁴

2. Etika Bisnis Perspektif Islam

a) Pengertian Etika Bisnis Perspektif Islam

Dalam syariat Islam, etika bisnis adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam pelaksanaan bisnis itu tidak terjadi kekhawatiran karena sudah dinyatakan sebagai sesuatu yang baik dan benar. Etika bisnis Islam juga bisa didefinisikan tentang baik, buruk dan salah yang berdasarkan pada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana pada pelaku usahabisnis harus komitmen padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.⁵

⁴ Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), hlm. 22.

⁵ Idris, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hlm. 32.

b) Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Dalam hukum Islam disebutkan bagaimana prinsip-prinsip dalam berbisnis. Etika bisnis Islami merupakan tata cara pengelolaan bisnis berdasarkan Al-Qur'an, hadist, dan hukum yang telah dibuat oleh para ahli fiqh. Prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islami harus mencakup:

1. Prinsip Kesatuan

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang Muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan tauhid atau ilahiyah ini bertitik tolak pada keridhoan Allah, tata cara yang dilakukan sesuai dengan syariah-Nya. Kegiatan bisnis dan distribusi diikatkan pada prinsip dan tujuan ilahiyah.⁶

2. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan menuntut agar tidak boleh ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.⁷

⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Tazkia Publishing, 2020), hlm. 115.

⁷ Muhammad Syafi'i Antonio, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Tazkia Publishing, 2020), hlm. 122.

3. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan berarti bahwa manusia sebagai individu dan kolektif mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Dalam ekonomi, manusia bebas mengimplementasikan kaidah-kaidah Islam karena masalah ekonomi termasuk kepada aspek muamalah bukan ibadah maka berlaku padanya kaidah umum “semua boleh kecuali yang dilarang” yang tidak boleh dalam Islam adalah ketidakadilan dan riba.⁸

4. Prinsip Tanggungjawab

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat atau konsumen. Tanggungjawab dalam bisnis harus ditampilkan secara transparan (keterbukaan), kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik dalam segala urusan. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya.⁹

5. Prinsip Kebenaran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau

⁸ Muhammad Syafi'i Antonio, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Tazkia Publishing, 2020), hlm. 118.

⁹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Tazkia Publishing, 2020), hlm. 127.

memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.¹⁰

c) Prinsip Dagang Nabi Muhammad SAW

Nabi Muhammad SAW memiliki prinsip-prinsip dalam berbisnis yang bisa kita teladani. Adapun prinsip dagang Nabi Muhammas SAW yaitu:

1) Shiddiq

Shiddiq artinya adalah jujur dan benar. Dalam berdagang, Nabi Muhammad SAW tidak pernah menipu konsumennya. Rasul SAW akan menyampaikan kondisi barang dengan terbuka. Rasul SAW pun tidak pernah menyembunyikan barang dagangan yang cacat dengan berpura-pura bahwa barang dagangan tersebut kondisinya baik. Tak hanya itu, Nabi Muhammad SAW pun tidak pernah mempromosikan barang dagangannya secara berlebihan. Beliau pun tidak membohongi

¹⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Tazkia Publishing, 2020), hlm.

pembelinya atau bahkan bersumpah palsu. Itulah prinsip pertama Nabi Muhammad SAW dalam berdagang.¹¹

2) Amanah

Artinya, Nabi Muhammad SAW. memiliki sikap tanggung jawab yang baik. Beliau tidak pernah korupsi terhadap barang yang dititipkan dari pemilik barang. Begitu pun amanah pula pada pelanggan. begitulah perdagangan yang diberkahi. Jadi, tidak hanya mencari keuntungan semata. Tak hanya itu, dalam berdagang pun Nabi Muhammad SAW. tidak menyaingi harga jual orang lain atau melakukan perang harga dan tidak memotong jalur distribusi. Sehingga Rasul SAW. pun tidak merugikan pedagang lainnya.¹²

3) Fathanah

Maksudnya, Nabi Muhammad SAW. cerdas dalam mengatur strategi bisnis. Beliau pandai melihat peluang keuntungan tanpa harus menipu konsumen. Tak hanya itu, Rasul SAW. pun memiliki kemampuan negosiasi dan komunikasi yang baik terhadap pembeli. Sehingga Nabi Muhammad SAW pun disegani dan akhirnya memiliki banyak pelanggan tetap.¹³

¹¹ Ahmad Fauzan Muhammad Ridwan, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2021), hlm. 87.

¹² Riza Sihbudi, *Sejarah Dan Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 102.

¹³ Hendri Tanjung Didin Hafidhuddin, *Etika Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2018), hlm. 75.

4) Tabligh

Nabi Muhammad SAW. selalu menyampaikan nilai-nilai kebenaran dalam kegiatan jual beli. Beliau sambil berdagang sambil berdakwah kepada pembelinya. Sehingga tak hanya urusan duniawi saja yang dikejar, akan tetapi ada nilai akhirat di dalamnya.¹⁴

d) Teori Ulama Mengambil Keuntungan dari Modal

Batasan mengambil keuntungan dalam berdagang, Syaikh Muhammad bin Sholeh alUtsaimin ketika ditanya tentang apakah dalam berdagang ada batasan keuntungan? dan bagaimana hukumnya pemerintah menetapkan harga?“ Jawaban beliau, “Keuntungan, tidak ada batasan tertentu. Karena itu termasuk rizki Allah. Terkadang Allah menggelontorkan banyak rizki kepada manusia. Sehingga kadang ada orang yang mendapatkan untung 100 atau lebih, hanya dengan modal 10. Dia membeli barang ketika harganya sangat murah, kemudian harga naik, sehingga dia bisa mendapat untung besar. Dan kadang terjadi sebaliknya, dia membeli barang ketika harga mahal, kemudian tiba-tiba harganya turun drastis. Karena itu, tidak ada batasan keuntungan yang boleh diambil seseorang”.

Beliau melanjutkan, “Jika ada orang yang memonopoli barang, hanya dia yang menjualnya, lalu dia mengambil keuntungan besar-besaran dari masyarakat, maka ini tidak halal baginya. Karena semacam ini sama dengan bai‘ al-Mudhthor, artinya menjual barang kepada orang yang sangat

¹⁴ Toto Tasmara, *Membangun Etos Kerja Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2020), hlm. 139.

membutuhkan. Karena ketika masyarakat sangat membutuhkan benda tertentu, sementara barang itu hanya ada pada satu orang, tentu mereka akan membeli darinya meskipun harganya sangat mahal. Dalam kasus ini, pemerintah bisa dilakukan pemaksaan harga, dan pemerintah berhak untuk turut campur, dan membatasi keuntungan yang sesuai baginya, yang tidak sampai merugikannya, dan dia dilarang untuk membuat keuntungan yang lebih, yang merugikan orang lain”.¹⁵

Uraian fatwa di atas, menyimpulkan bahwa keuntungan adalah bagian dari rizki Allah karena itu Islam tidak membatasi keuntungan perdagangan, boleh saja mengambil keuntungan dua kali lipat sebagaimana disebutkan dalam hadis Urwah selama memenuhi syarat. Barang itu bukan kebutuhan pokok masyarakat, untungnya tidak berlebihan hingga termasuk penipuan dan keuntungan tersebut tidak disebabkan karena usaha penimbunan (ihtikar), sehingga menyebabkan barang itu langka dan harganya menjadi mahal. Konsumen yang membeli barang terlalu mahal, hingga terhitung penipuan, maka konsumen punya hak, *khiyar ghabn*” (khiyar karena harga yang sangat tidak layak).

3. Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah:

¹⁵ Al-‘Utsaimin, Muhammad bin Shalih, *Majmu’ Fatawa wa Rasail Syaikh Ibnu Utsaimin*, Jilid 19 (Darul Wathan, 1425 H/ 2004 M), hlm. 36-37.

- a) Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
- b) Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis.
- c) Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan sunnah.¹⁶
- d) Dasar Hukum Etika Bisnis Dalam Islam

Al-Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzaliman, akan tetapi dilakukan atas dasar sukarela atau keridhoan, baik ketika untung ataupun rugi, ketika membeli atau menjual dan sebagainya. Sebagaimana firman Allah pada Al-Qur'an Surat An-Nisaa ayat 29 sebagai berikut :



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

¹⁶ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika, Dan Ekonomi* (Malang: UIN Maliki Press, 2014), hlm. 147.

kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.¹⁷

Ayat di atas menjelaskan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara kedua belah pihak yakni penjual dan pembeli harus ridha dan sepakat serta harus melaksanakan berbagai etika yang harus dilakukan oleh para pedagang Muslim dalam melaksanakan jual beli. Dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut, diharapkan suatu usaha perdagangan seorang Muslim akan maju dan berkembang pesat lantaran selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapat keuntungan. Hal ini sesuai dengan hadits Nabi sebagai berikut:

Artinya: “Dari Hakim bin Nizam ra. Rosulullah SAW bersabda, ‘dua orang yang melakukan jual beli boleh memilih (antara melanjutkan jual beli atau membatalkannya) selama keduanya belum berpisah. Apabila keduanya bersikap jujur dan berterus terang, maka jual belikeduanya diberkahi. Akan tetapi, jika keduanya berdusta dan menyembunyikan (aibnya), maka dileburkan keberkahan jual beli keduanya itu (HR. Muttafaq’Alaihi).

Dari hadis diatas dapat diketahui bahwa kejujuran merupakan pondasi yang sangat penting bagi pelaku bisnis. Diantara bentuk kejujuran adalah seorang pebisnis harus komitmen dalam jual belinya dengan berlaku terus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati, hingga Allah memberikan keberkahan dalam jual belinya, dan

¹⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*, (Bandung: Al-Qur'an Al-Qosbah, 2020), hlm. 120.

mengangkat derajatnya disurga ke derajat para nabi, orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati syahid.¹⁸

4. Etika Pedagang dalam Islam

Pedagang Pedagang secara etimologi adalah orang yang berdagang atau disebut sebagai saudagar. Pedagang ialah kegiatan jual beli barang dan jasa yang bertujuan memperoleh laba. Pedagang yang intinya jual beli berarti saling menukar.¹⁹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pedagang diartikan sebagai yang menjual dan membeli sekaligus sebagai penjual dan pembeli. Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai suatu pekerjaan sehari-hari, yang pada umumnya membeli suatu barang yang kemudian dijual kembali. Jadi dapat disimpulkan bahwa pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjual belikan barang yang tidak di produksi sendiri, untuk memperoleh keuntungan.²⁰ Pedagang terbagi menjadi tiga jenis:

- 1) Pedagang Besar/ distribusi/ Agen tunggal. Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberi hak wewenang wilayah/daerah tertentu dari produsen.
- 2) Pedagang Menengah/ Agen/ Grosir. Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau

¹⁸ Asyraf Muhammad Dawwah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Nabi Muhammad* (Semarang: Pustaka Nuun, 2018), hlm. 58.

¹⁹ Sri Widiyanti, *Dasar-Dasar Perdagangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 15.

²⁰ Havis Aravik Fakhry Zamzam, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), hlm. 73.

agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan/perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor.

- 3) Pedagang Eceran/ Pengecer. Pengecer adalah pedagang yang menjual barang yang dijualnya langsung ke tangan pemakai akhir atau konsumen dengan jumlah satuan atau eceran.²¹

Perilaku pedagang adalah tindakan atau aktivitas dari pedagang itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain; berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Perilaku pedagang yang bermakna lebih khusus adalah tindakan atau aktivitas dari pedagang yang menjual, mengganti dan menukarkan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Perilaku pedagang bisa meliputi berbagai aspek kegiatan, di antaranya adalah bagaimana cara berdagang, sikap apa yang ditunjukkan dalam berdagang, dan strategi apa saja yang dilakukan dalam berdagang.²²

Indikator yang dapat mempengaruhi perilaku pedagang saat berbisnis dan bisa mempengaruhi ketertarikan pelanggan atau konsumen, meliputi: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Distribusi (*Place*) dan Pelayanan (*Service*).

Petunjuk Nabi Muhammad tentang etika bisnis ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut

²¹ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat Dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2016), hlm. 123-135.

²² Kevin Lane Keller Philip Kotler, *Marketing Management*, Edisi 15 (London: Perason, 2016), hlm. 148.

merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad, dan sangat dikenal di kalangan ulama, namun masih jarang di implementasikan khususnya dalam dunia bisnis, sifat-sifat tersebut diantaranya:

1) *Shiddiq* (Jujur/Benar)

Imam Al-Qusairi mengatakan bahwa kata *shiddiq* “orang yang jujur” berasal dari kata *shidq* ‘kejujuran’. Kata *shiddiq* adalah bentuk penekanan (*mubalaghah*) dari *shadiq* dan berarti orang yang didominasi kejujuran. Jujur nilai dasarnya ialah integritas, nilai-nilai ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat urgen dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan.

Salah satu karakter pebisnis yang terpenting dan diridhoi oleh Allah ialah kejujuran. Begitu pula kejujuran bagi kehidupan di segala aspek terutama dalam kegiatan bisnis yang berkaitan dengan orang lain. Betapa bahagianya pebisnis yang selalu bersikap jujur kelak dapat berkumpul bersama para nabi. Kejujuran Nabi sebagai pebisnis dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Tidak ingkar janji yang disepakati.
- b) Tidak menyembunyikan cacat atas sesuatu yang ditransaksikan.
- c) Tidak mengelabui harga pasar.

2) *Amanah* (Terpercaya)

Sikap amanah ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan, dan tepat waktu. Sikap ini juga sangat dianjurkan dalam aktifitas bisnis. Kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut amanah (terpercaya). Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain.

- a) Tidak mengurangi sesuatu yang disetujui
- b) Tidak menambah sesuatu yang disepakati
- c) Memberikan sesuatu sesuai pesanan

3) *Fathanah* (Cerdas)

Fathanah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, *fathanah* dapat juga diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan. Sifat *fathanah* dapat dinyatakan sebagai strategi hidup seorang muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan, akan mementingkan persoalan akhirat disbanding dengan persoalan dunia.

Kecerdasan yang dimaksudkan disini bukan hanya kecerdasan intelektual tapi juga kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual seperti yang dikatakan Ary Ginanjar yaitu “Kemampuan untuk

memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya (*banif*) dan memiliki pola pemikiran tauhid serta berperinsip hanya karena Allah.” Dalam transaksi muamalah, prinsip-prinsip yang dijiwai prinsip fathanah tercermin dari:

- a) Menganministrasikan dokumen transaksi.
- b) Menjaga profesionalisme dan kualitas pelayanan.
- c) Kreatif dan inovatif.
- d) Mengantisipasi perubahan yang terjadi di pasar, baik yang berhubungan dengan produk, teknologi, harga maupun persaingan.

4) *Tabligh*

Nabi Muhammad telah dikaruniai sifat tabligh untuk menyampaikan apa yang diterima dari Allah kepada ummatnya dengan tidak mengurangi sedikitpun perintah yang diterimanya. Sifat tabligh nilai dasarnya ialah komunikatif dan argumentatif. Jika kita dititipi amanah oleh orang lain harus disampaikan kepada yang berhak menerimanya, jangan malah diselewengkan atau disalah-gunakan karena sudah menjadi kewajiban sebagai umat nabi Muhammad untuk mencontoh, menyampaikan dan menerapkan sikap tabligh dalam segala aspek terutama dalam dunia bisnis.²³

²³ Etin Herliati, *Kepemimpinan Dalam Perspektif Islam- Al-Shidq, Al-Amanah, Al-Tabligh, Al-Fathanan* (Sumedang: Alqaprint Jatinangor, 2020), hlm. 1-10.

5. Pelanggaran Etika dalam Melakukan Transaksi

Etika dalam transaksi bisnis mencakup prinsip-prinsip yang mengatur perilaku dan interaksi dalam kegiatan jual beli atau pertukaran nilai. Beberapa contoh pelanggaran etika yang umum terjadi meliputi penipuan, pelanggaran hak konsumen, iklan menyesatkan, dan pelanggaran hak kekayaan intelektual. Pelanggaran etika ini dapat merusak reputasi perusahaan, merugikan konsumen, dan menyebabkan kerugian hukum. Pelanggaran Etika dalam Transaksi Bisnis:

a) Penipuan

Menyajikan informasi yang salah atau menyesatkan kepada pembeli untuk keuntungan pribadi atau perusahaan.

b) Pelanggaran Hak Konsumen

Melanggar hak-hak konsumen seperti hak untuk mendapatkan informasi yang benar, hak untuk memilih, dan hak untuk mendapatkan kompensasi atas kerusakan.

c) Iklan Menyesatkan

Menggunakan iklan yang tidak jujur atau menyesatkan untuk menarik perhatian konsumen.

d) Pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual

Menggunakan produk, merek dagang, atau karya tulis orang lain tanpa izin.

e) Diskriminasi

Membedakan perlakuan terhadap pelanggan berdasarkan ras, agama, jenis kelamin, atau faktor lain.

f) Persaingan Tidak Sehat

Menggunakan taktik yang merugikan pesaing atau membuat perjanjian yang tidak adil.

g) Korupsi dan Suap

Melakukan tindakan korupsi atau suap untuk mendapatkan keuntungan dalam transaksi bisnis.

h) Pelanggaran Rahasia Dagang

Membocorkan atau menggunakan rahasia dagang perusahaan lain tanpa izin.

i) Melakukan Tindakan Spamming

Mengirimkan pesan yang tidak diminta atau tidak relevan secara massal.

j) Menggunakan Foto Produk Orang Lain

Menggunakan foto produk milik orang lain dalam iklan atau penjualan tanpa izin.

k) Tidak Aktif dan Tidak Kreatif

Tidak melakukan inovasi atau perubahan dalam bisnis, sehingga tidak dapat mengikuti perkembangan zaman.

l) Menjelek-jelekkkan Produk Pesaing

Menjelek-jelekan produk atau perusahaan lain untuk menarik perhatian konsumen. Membangun kepercayaan konsumen, Meningkatkan reputasi perusahaan, Mencegah kerugian hukum dan sanksi, Menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan sehat, Memastikan kelangsungan bisnis yang berkelanjutan.²⁴

6. Transaksi Jual Beli

1) Pengertian Jual Beli

Jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati. Jual beli menurut Ilmu Fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.²⁵

Dari definisi yang telah diungkapkan di atas, dapat disimpulkan bahwa jual beli merupakan sebuah proses pertukaran barang yang bernilai antara pembeli dengan penjual atas dasar suka sama suka dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.

2) Dasar Hukum Jual Beli

Landasan atau dasar hukum mengenai jual beli disyariatkan berdasarkan Al-Qur'an, Hadist Nabi, dan Ijma'. Pelaksanaan transaksi jual

²⁴ Widiyanti, *Dasar-Dasar Perdagangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindi Persada, 2017), hlm. 10-15.

²⁵ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2015), hlm. 111.

beli telah menetapkan tata aturan yang secara detail disebutkan dalam ilmu fiqih muamalah.

a) Al-Qur'an

Adapun dasar hukum yang menjelaskan tentang diperbolehkannya jual beli dijelaskan didalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275 sebagai berikut :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ

بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ

فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا

خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.²⁶

²⁶ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*, (Bandung: Al-Qur'an Al Qosbah, 2020), hlm. 34.

Ayat diatas menjelaskan tentang dasar kehalalan hukum jual beli dengan baik dan melarang praktek jual beli yang mengandung riba. Allah SWT adalah dzat yang maha mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan. Maka, jika dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan, maka akan diperintahkan untuk dilaksanakan. Sebaliknya jika menyebabkan kemudharatan, maka Allah SWT akan melarangnya.

b) Ijma'

Ulama telah sepakat bahwa jual beli telah diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain. namun demikian bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai . mengacu pada ayat Al-Qur'an dan hadist hukum jual beli adalah mubah (boleh). Namun pada situasi tertentu , hukum jual beli itu bisa berubah menjadi sunnah, wajib, haram, dan makruh.²⁷

3) Rukun dan Syarat Jual Beli

Menurut Jumhur Ulama' rukun jual beli itu ada empat, antara lain:

- a) Ada orang yang berakad atau *Al-muta'qidaini* (penjual dan pembeli).
- b) Ada *sighat* (lafal jab dan qabul).
- c) Ada barang yang dibeli.
- d) Ada nilai tukar pengganti barang.²⁸

²⁷ Wahbah Al Zuhaily, *Al Fiqh Al Islami Wa Adillatahu* (Damaskus: Dar al-Fikr al-Mu'ashir, 2022), hlm. 3304.

²⁸ Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Depok: Rajawali Pers, 2019), hlm. 70.

Adapun syarat-syarat jual beli yang sesuai dengan rukun jual beli yang dikemukakan oleh Jumhur Ulama' adalah sebagai berikut:

- a) Syarat orang yang berakad: Berakal dan orang yang melakukan akad itu adalah orang yang berbeda.
- b) Syarat yang terkait dengan ijab qabul: Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal dan qabul sesuai dengan ijab.
- c) Syarat barang yang diperjual belikan: Barang itu ada atau tidak ada di tempat tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu, dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia, milik seseorang dan boleh diserahkan saat akad berlangsung, atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

4) Macam-Macam Jual Beli

Adapun macam-macam jual beli dalam Islam adalah sebagai berikut:

- a) Jual beli ditinjau dari segi hukum terbagi menjadi dua, yaitu: Jual beli yang sah menurut hukum dan jual beli yang batal menurut hukum.
- b) Jual beli ditinjau dari segi objek. Menurut pendapat Imam Taqiyuddin jual beli terbagi menjadi 3 yaitu: Jual beli benda yang kelihatan, maksudnya yaitu ketika terjadi akad benda atau barang tersebut ada di depan penjual dan pembeli. Jual beli yang disebutkan sifat-sifat benda atau barangnya dalam perjanjian, maksudnya yaitu perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, dan jual beli benda yang tidak ada, maksudnya yaitu benda yang diperjual belikan tersebut tidak ada.

- c) Jual beli ditinjau dari segi pelaku akad (subjek), terbagi menjadi tiga: Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan, akad jual beli yang dilakukan dengan perantara, misalnya via pos, giro dan lain-lain. Jual beli seperti ini sama halnya dengan ijab kabul menggunakan ucapan, yang membedakannya yaitu antara si penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majelis akad, dan jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau lebih dikenal dengan istilah mu'athah maksudnya mengambil dan memberikan barang tanpa ijab kabul, seperti seseorang yang membeli permen yang sudah bertuliskan label harganya.²⁹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diambil dari penelitian yang sudah pernah dilakukan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini merupakan bukan pengulangan ataupun duplikasi dari kajian ataupun penelitian yang telah ada. Beberapa penelitian terdahulu disajikan dalam tabel berikut:

Tabel II.I
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Aprilya Mahfudhoh, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022). ³⁰	Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Dolopo Madiun	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ditinjau dari kelima unsur etika transaksi syariah yang antara lain haram, riba, zalim, maysir dan gharar, dapat diketahui

²⁹ Wahbah Al-Zuhailly, *Fiqh Islam wa Adillatahu*, (Beirut: Dar Al-Fikr, 2022), hlm. 429.

³⁰ Aprilya Mahfudhoh, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Dolopo Madiun' *Skripsi* (Institut Agama Islam negeri Ponorogo, 2022), hlm. 2.

			bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli oleh pedagang di Pasar Tradisional Dolopo Madiun sudah diterapkan dengan baik namun perlu upaya peningkatan untuk membangun ekosistem pasar yang lebih baik oleh seluruh stakeholder yang terlibat.
2.	Muyassarrah, Moh. Fauzi, (Jurnal Inovasi, Vol. 17, No. 2, 2021). ³¹	Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Dalam Menjamin Kestabilan Harga Dan Daya Beli Masyarakat Di Masa New Normal	Keberadaan pedagang dimasa new normal covid-19 menjalankan bisnis di uji karakternya tidak hanya mencari keuntungan belaka melainkan mencari keberlanjutan bisnisnya. Oleh karena itu pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dan larangan-larangan bisnis yang dilarang juga diterapkan oleh para pedagang agar tidak gulung tikar. keberadaan pedagang tidak hanya bekerja keras tapi dibutuhkan etika, oleh karena berdasarkan data yang peneliti kumpulkan bahwa strategi yang diterapkan prinsip-prinsip bisnis yang diterapkan Nabi Muhammad yakni sifat jujur, rendah hati, beriman dan bertakwa merupakan strategi pertama dan pedagang tetap telaten, sabar, kerja keras, ulet, tangguh

³¹ Moh. Fauzi Muyassarrah, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Dalam Menjamin Kestabilan Harga Dan Daya Beli Masyarakat Di Masa New Normal', *Jurnal Inovasi*, 17.2 (2021), hlm. 335.

			dengan berbagai resiko yang dialami merupakan strategi kedua.
3.	M. Mahmud Ikhsan, (Skripsi, Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi, 2021). ³²	Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Tradisional di Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Sumatera Selatan dalam Perspektif Ekonomi Islam	Hasil penelitian ini adalah etika pedagang di Pasar Sidomulyo secara praktis telah sesuai dengan ekonomi Islam. Para pedagang menerapkan etika bisnis Islam dengan bersaing secara sehat, jujur dalam takaran dan timbangan, bersikap ramah, mendeskripsikan kualitas produk dengan jujur dan memberikan harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.
4.	M. Robby Kaharudin, Leni Marlina, (Jurnal Manajemen & Akuntansi Prabumulih, Vol. 6, No. 1, 2022). ³³	Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pasar Tradisional Prabumulih	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Penerapan prinsip Etika bisnis Islam telah menjalankan prinsip otonomi, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan dan prinsip integrasi dengan baik, namun pada prinsip kejujuran masih ada sebagian pedagang yang belum sempurna menjalankan prinsip kejujuran.

³² M. Mahmud Ikhsan, 'Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Tradisional Di Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Sumatera Selatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam' *Skripsi* (Institut Agama Islam Darussalam Blokagaung Banyuwangi, 2021), hlm. 1.

³³ Leni Marlina, dan M. Robby Kaharudin, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pasar Tradisional Prabumulih', *Jurnal Manajemen & Akuntansi Prabumulih*, 6.1 (2022), 73.

5.	Ambar Wati, Arman Paramansyah, Dessy Damayanthi, (El-Mal: Jurnal Kajian & Bisnis Islam, Vol. 2, No. 2, 2019). ³⁴	Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan	Hasil penulisan menyimpulkan bahwa pemahaman pedagang di pasar tradisional Pendopo terhadap etika bisnis Islam belum maksimal, baik ekspresi perasaan yang tercermin, pola penerapan etika bisnis Islam yang ditekankan pada etika jual beli dalam transaksi jual beli di pasar Pendopo sudah berjalan cukup baik tanpa disengaja oleh para pedagang; masih kurangnya kesadaran para pedagang akan menaikkan harga dengan cara menimbun barang dengan tujuan mencari keuntungan yang tinggi dari kebutuhan konsumen pada umumnya. Pedagang merasa dapat bersaing hingga barang dagangannya dapat laku dengan murah. Pengukuran penerapan etika bisnis dalam Islam yang dilakukan oleh pihak pedagang menunjukkan bahwa sebagian pedagang belum menerapkan etika bisnis dalam Islam.
----	---	--	---

Perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan Penelitian terdahulu adalah:

³⁴ Ambar Wati, Arman Paramansyah, Dessy Damayanthi, 'Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan, El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2. 2 (2019), hlm. 2.

- a. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Aprilya Mahfudhoh dengan peneliti yaitu berbeda lokasi penelitiannya. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di Pasar Tradisional Dolopo Madiun, sedangkan peneliti di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menjadikan implementasi etika bisnis sebagai fokus judul penelitian.
- b. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Muyassarah dan Moh. Fauzi dengan peneliti yaitu berbeda fokus penelitiannya. Penelitian terdahulu fokus penelitiannya terhadap pedagang dalam menjamin kestabilan harga dan daya beli masyarakat di masa new normal, sedangkan peneliti terhadap pedagang daging dalam perspektif ekonomi Islam. Sedangkan persamaannya yaitu menjadikan implementasi etika bisnis sebagai fokus judul penelitian.
- c. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh M. Mahmud Ikhsan dengan peneliti yaitu berbeda lokasi penelitiannya. Penelitian terdahulu dilakukan di Pasar Tradisional di Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Sumatera Selatan, sedangkan peneliti dilakukan di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama penelitian tersebut berdasarkan perspektif ekonomi Islam.
- d. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh M. Robby Kaharudin dan Leni Marlina dengan peneliti yaitu berbeda lokasi penelitiannya. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di Pasar Tradisional Prabumulih, sedangkan peneliti di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menjadikan implementasi etika bisnis sebagai fokus judul penelitian.

- e. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ambar Wati, dkk dengan peneliti yaitu berbeda lokasi penelitiannya. Penelitian terdahulu melakukan penelitian di Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang Sumatera Selatan, sedangkan peneliti di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama menjadikan implementasi etika bisnis sebagai fokus judul penelitian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan. Waktu penelitian dilakukan dimulai pada April 2024 sampai dengan Juni 2024.

B. Jenis Penelitian

Berdasarkan masalah pada penelitian ini metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian kualitatif lapangan atau *field research* merupakan penelitian yang dilakukan langsung di lapangan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh informasi deskripsi mengenai peristiwa dan data sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.¹ Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah metode baru karena popularitasnya belum lama, metode ini juga dinamakan *postpositivistik* karena berlandaskan pada filsafat *post positivisme* serta sebagai metode artistik karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut metode interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.²

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu, benda atau organisme yang dijadikan informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan dan penelitian. Istilah lain dari subjek penelitian lebih dikenal dengan responden, yaitu orang yang memberi respon

¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Cet IX (Bandung: PT Alfabeta, 2014), hlm. 7.

² Budi Gautama Siregar, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Medan: CV. Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 60.

atau informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Jadi, sumber yang bersedia memberikan informasi dalam pengumpulan data penelitian berasal dari informan, adapun informan dalam penelitian ini berjumlah 8 orang.³

Subjek dalam penelitian ini adalah orang yang memberikan informasi tentang masalah atau keadaan yang sebenarnya. Untuk memperoleh data dan informasi maka dibutuhkan adanya subjek penelitian. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah pedagang daging di Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan untuk mendeskripsikan permasalahan penelitian mengenai implementasi etika bisnis dalam transaksi jual beli menurut perspektif ekonomi Islam. Adapun subjek dalam penelitian ini yaitu:

1. Pasar Ucok Kodok :
 - a) Ali Akbar Nasution
 - b) Hj. Syawal
 - c) Hendrianto Pane
 - d) Aseng
2. Pasar Pajak Batu:
 - a) Hj. Nasar Harahap
 - b) Hj. Doli
 - c) Soleh Simatupang
 - d) Hasan Basri Siregar

³ Sri Wahyuni Hasibuan, *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah Ekonomi Dan Bisnis* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 137-138.

D. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam sumber yaitu:

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui teknik dan prosedur pengambilan data berupa wawancara, observasi serta instrumen pengukuran yang sejalan dengan tujuan penelitian. Sumber data diambil dari wawancara langsung dengan pedagang daging di Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah bukti teoritik yang diperoleh melalui studi pustaka. Data ini mendasari kajian teoritik yang digunakan sebagai landasan kerangka berpikir. Untuk itu penulis memerlukan kajian teoritik yang mendalam untuk menghasilkan deskriptif teori yang benar-benar yang dapat mendasari kerangka berpikir. Sumber teori dapat berupa buku, jurnal mutakhir, jurnal pada internet dan referensi lainnya.⁴ Data sekunder berdasarkan kajian teoritik data sekunder ini berupa literatur-literatur yang berkaitan dengan implementasi etika bisnis dalam transaksi jual beli menurut perspektif ekonomi Islam.

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hlm. 123.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dilapangan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan teknik pengumpulan data dengan terjun langsung kelapangan yang menjadi lokasi penelitian dari objek yang diteliti. Adapun pihak yang terkait yaitu pedagang Pasar Ukok Kodok dan pedagang pasar Pajak Batu sebanyak 8 orang.⁵

Pengamatan dilakukan langsung oleh peneliti. Sesuai teknik penelitian maka peneliti akan melakukan penelitian terhadap pedagang daging di Pasar Ukok Kodok Padangsidempuan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁶

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara terstruktur. Wawancara ini berpedoman pada isu yang akan dicakup dalam wawancara, pertanyaan yang diajukan akan berbeda dengan setiap narasumber, maka terlebih dahulu harus disesuaikan. Wawancara ini dilakukan secara langsung kepada pedagang daging di Pasar Ukok Kodok Padangsidempuan.

⁵ Nasar Harahap, "Wawancara Dengan Pedagang", 13 September, 2024.

⁶ Warni Lubis, dkk, 'Strategi Pemasaran Rumah Makan Dalam Meningkatkan Konsumen', *PROFJES: Profetik Jurnal Ekonomi Syariah*, 1.1 (2022), hlm. 292.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses mencari data mengenai variabel terkait penelitian yang berupa catatan, transkrip, buku dan sebagainya. Teknik ini ditujukan untuk memperoleh data internal perusahaan seperti data sejarah berdirinya perusahaan beserta bukti terkait sejarah berdirinya perusahaan tersebut. Teknik ini disajikan dalam bentuk foto serta data yang berkaitan dengan penelitian.

F. Teknik Pengecekan dan Keabsahan Data

Ketekunan pengamatan yaitu untuk menemukan ciri-ciri dari unsur-unsur situasi yang relevan dengan persoalan yang ada dalam penelitian. Dengan pengamatan yang tekun, rinci dan berkesinambungan terhadap penelitian.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi Sumber menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁷ Seperti membandingkan data dengan hasil pengamatan dengan wawancara, yakni membandingkan data dengan apa yang dikatakan baik secara umum atau secara pribadi dengan apa yang dilihat.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi Metode berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.

⁷ Endang Widi Winani, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm. 184.

Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara, lalu di cek dengan observasi, dokumentasi.⁸

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data pada periode tertentu. Bila jawaban informan setelah dianalisis terasa belum memuaskan maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Analisis selama di lapangan Model Miles dan Huberman, setelah peneliti melakukan pengumpulan data peneliti melakukan reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), penarikan kesimpulan (*concluding drawing/verification*).⁹

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan lebih mudah dipahami oleh si peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian

⁸ Abdul Rahman Rahim, *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hlm. 100.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: PT Alfabeta, 2016), hlm. 246.

singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dan yang paling sering digunakan pada penyajian data pada penelitian kualitatif adalah dengan teks naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.¹⁰

3. Verifikasi (*Conclusion*)

Langkah ketiga ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang dikarenakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak di temukan bukti-bukti yang kuat mendukung penelitian ini.

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 134-137.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan

Pasar Ucok Kodok terdiri dari sekitar 500 (lima ratus) pedagang. Pasar ini merupakan pasar yang berdiri sejak Tahun 2001 sebagai pengganti Pasar Lama yang terbakar. Sejak itu para pedagang yang belum mendapatkan tempat memilih berjualan di kaki lima. Tokoh pemuda Padangsidempuan Fahdriansyah Siregar/ Ucok Kodok yang berjasa besar membuka pasar tersebut . Pasar Ucok Kodok menjual banyak kebutuhan rumah tangga sehari-hari, utamanya kebutuhan dapur seperti daging, ikan, buah, sayur segar di jajakan di pasar ini. Pasar ini salah satu pusat perbelanjaan tradisional di Kota Padangsidempuan dimana dagangannya berupa hasil tani, ternak masyarakat Tabagsel dan sekitarnya.

Secara geografis, Pasar Ucok Kodok Kecamatan Padangsidempuan Utara Kota Padangsidempuan berada pada 1°23'07.3° Lintang Utara, 99°15,59.4° Lintang Selatan. Bagi kaum wanita khususnya ibu-ibu, adalah hal yang biasa pergi berbelanja ke pasar, karena jarang seorang wanita yang tidak pernah pergi ke pasar. Seiring dengan kemajuan zaman, banyak dari kaum wanita yang tidak pernah lagi menginjak lagi pasar tradisional, namun lebih memilih berbelanja di supermarket. Karena alasan waktu, berbelanja ke supermarket yang semuanya sudah tertata rapi serta harga tak perlu lagi menawar, lebih memudahkan tanpa proses tawar menawar yang a lot. Namun belanja di pasar tradisional, tetap memberikan sensasi tersendiri, karena kita

bisa berdiskusi dengan penjual, bahkan kalau sudah akrab bisa menjadi pelanggan, karena dia berani mengeluhkan masalahnya kepada kita.

Pasar Ukok Kodok Kecamatan Padangsidimpuan Utara Kota Padangsidimpuan merupakan salah satu pasar yang cukup terkenal di Kota Padangsidimpuan, para pedagang di pasar ini selain menjual bahan-bahan dan perlengkapan dapur, ada juga yang menjual pakaian bekas (monja), pakaian baru, kue-kue tradisional, pecah belah, pedagang kelontong grosir maupun eceran, sarapan pagi, dan masih banyak barang dagangan lainnya. Masyarakat yang berjualan di Pasar Raya Kodok Kecamatan Padangsidimpuan Utara bukan hanya warga Kota Padangsidimpuan saja, tetapi ada juga masyarakat pendatang yang berjualan di Pasar Raya Kodok, di Kota Padangsidimpuan sering disebut parrengge-rengge.

2. Sejarah Pasar Pajak Batu Padangsidimpuan

Kota Padangsidimpuan berasal dari kata “Padang na dimpu” yang berarti hamparan padang rumput yang luas ditempat yang tinggi dimana daerah ini dahulu merupakan tempat persinggahan para pedagang dari berbagai daerah. Seiring berjalannya waktu, daerah ini diperluas menjadi kota. Kota yang dibangun sebagai benteng pertama kali pada tahun 1821 oleh pasukan paderi yang dipimpin oleh Lelo pada zaman penjajahan Belanda, kota ini dijadikan sebagai pusat pemerintahan colonial didaerah Tapanuli. Terdapat sebuah pasar di Padangsidimpuan pada tahun 1890 yang berlokasi di pinggir sungai Batang Ayumi relokasi ke pinggir Aek Sangkumpal Bonang dimana pasar lama yang saat ini menjadi Pasar Pajak Batu yang sekarang.

Tampilan Pasar Pasar Pajak Batu atau Pasar Padangsidimpuan pada tahun 1923 masih tampak sangat bersahaja. Pada tahun 1925 pasar lama terbakar yang menghancurkan seluruh bangunan pasar. Pasar lama yang terbakar dibangun kembali. Sehingga pada tahun 1836-1939 tampilan pasar lama kembali ramai. Bagian depan pasar lama berubah menjadi terminal bis. Setelah itu pasar lama berkembang menjadi pasar modern yang dikenal Pasar Pajak Batu. Pasar ini diintegrasikan dengan Pos Kota (Pos Polisi era colonial). Pada tahun 1970an bagian depan pasar lama/Pasar Pajak Batu masih digunakan sebagai terminal bis. Pada tahun 1980an terminal bis di depan Pasar Pajak Batu (Pos Kota) direlokasi ke tiga arah (Batunadua, Sitamiang, Siadabuan dan Padangmatinggi). Pada tahun 2000an halaman Pasar Pajak Batu yang dahulunya merupakan bagian dari Kabupaten Tapanuli Selatan yang dikenal dengan Kota Salak dan dijuluki Bumi Dalihan Natolu sebagai simbol kuat ada dan budaya dari kota ini. Menteri dalam negeri yang menjabat saat itu Hari Sabarno meresmikan Pemerintahan Kota Padangsidimpuan pada tanggal 17 Oktober 2001 di Jakarta yang mana sebelumnya Padangsidimpuan di tetapkan sebagai daerah otonom berdasarkan Undang-Undang nomo 4 tahun 2001.

Pasar Pajak Batu Padangsidimpuan terletak di Jl. Merdeka, Wek II, Kec.Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara. Pos. 22711. Pasar Pajak Batu Padangsidimpuan secara geografis terletak pada koordinat antara 1°22'44.6"N 99°16'10.1"E. Pasar Pajak Batu Padangsidimpuan merupakan salah satu daerah yang berada di kawasan yang

berbatasan dengan sebelah Utara Kampung Teleng Pasar Sangkumpul Bonang, Selatan Kampung Bukit dan Barat Masjid Syekh Islam Maulana.

Pada Pasar Pajak Batu Padangsidimpuan pemerintah memfasilitasi 411 ruko bagi pedagang. Sehingga jumlah pedagang tidak dapat dipastikan dan tidak selalu tepat, terkadang pedagang berjumlah banyak dan ada kalanya sedikit. Ketika hari libur jumlah pedagang akan bertambah dari sebelumnya hingga dapat mencapai bahu jalan. Pedagang pada Pasar Pajak Batu Padangsidimpuan merupakan pedagang eceran dan pedagang grosir yang menjual berbagai macam barang kebutuhan sehari-hari. Pedagang yang berada di Pasar Pajak Batu memiliki latar belakang pendidikan, usia, jenis kelamin, asal, dan agama yang berbeda-beda.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Pada penelitian ini terdapat 8 pedagang daging di Pasar Ukok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan yang peneliti jadikan sebagai informan. Berikut merupakan profil masing-masing informan dalam penelitian ini:

Tabel IV.1
Pedagang Daging Di Pasar Ukok Kodok Dan Pajak Batu Padangsidimpuan

No	Pasar Ukok Kodok	Pasar Pajak Batu
	Nama	Nama
1	Ali Akbar Nasution	H. Nasar Harahap
2	H. Syawal	H. Doli
3	Hendrianto Pane	Soleh Simatupang
4	Aseng	Hasan Basri Siregar

Sumber: wawancara peneliti dengan daging di Pasar Ukok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan, (Padangsidimpuan: 27 Desember 2024).

C. Pengolahan dan Analisis Data

1. Pemahaman Pedagang Daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan Mengenai Etika Bisnis Islam

Kegiatan berbisnis sangat umum dijumpai. Dalam agama Islam, berbisnis sangatlah dianjurkan. Nabi Muhammad SAW menyatakan bahwa 9 dari 10 pintu rezeki adalah melalui pintu berdagang. Hal ini berarti sebesar 90% pintu rezeki datang dari kegiatan berdagang. Islam telah mengatur seluruh dimensi kehidupan manusia termasuk dimensi ekonomi yang didalamnya mencakup bisnis atau perniagaan. Islam membekali bisnis dengan etika yang telah diperintahkan dalam Al-Qur'an dan hadits. Namun, untuk menerapkan etika bisnis Islam yang sesuai dengan perintah Allah, diperlukan pemahaman yang baik agar etika yang diterapkan dapat memberikan manfaat optimal. Demikian pentingnya implementasi bisnis Islam, termasuk obyek yang diteliti dalam penelitian ini, yakni pedagang daging Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan yang jumlahnya 17 pedagang. Namun, pengumpulan data yang dilaksanakan dengan wawancara dilakukan kepada 8 informan (pedagang).

Pengelolaan bisnis yang sudah sesuai dengan etika bisnis yang menggunakan landasan norma dan moralitas umum yang berlaku di masyarakat. Penerapan norma dan moralitas umumnya bertujuan untuk menunjang keberlangsungan kegiatan bisnis serta untuk mencapai maksud dan tujuan bisnis. Etika bisnis memiliki banyak manfaat bagi orang yang menerapkan atau pun bagi orang lain. Oleh karena itu sangat penting

diterapkan dalam setiap aktivitas bisnis. Salah satu perilaku yang harus di terapkan yaitu kejujuran, kejujuran merupakan poin penting dan poin utama dalam berdagang untuk mencapai tujuan yang mendapatkan keberkahan dari Allah SWT. Karena pemahaman mengenai kejujuran harus dimiliki oleh setiap pedagang dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Dengan menerapkan kejujuran maka dengan sendirinya akan terbangun citra baik oleh pembeli sehingga konsumen akan tetap terjaga untuk membeli kembali kepada pedagang tersebut dan meningkatkan pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ali Akbar Nasution selaku pedagang daging di Pasar Ucok Kodok mengatakan bahwa:

“Menurut saya dalam berdagang harus bersikap adil dalam timbangan, jujur, tidak memanipulasi barang, mengedepankan kepuasan konsumen dan tidak lupa untuk selalu bersyukur dengan cara memberikan sebagian keuntungannya untuk dibagikan kepada fakir miskin”.¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aseng selaku pedagang daging di Pasar Ucok Kodok mengatakan bahwa “Dalam strategi berjualan saya mengutamakan barang yang di jual selalu segar, memisahkan dengan daging yang kemaren tidak laku, saya juga memberi keterangan terkait kondisi barang yang dijual”.²

Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Nasar Harahap selaku pedagang daging di Pasar Pajak Batu mengatakan bahwa, “Yang saya

¹Ali Akbar Nasution, Pedagang Daging di Pasar Ucok Kodok, *wawancara* (Padangsidempuan, 27 Desember 2024. Pukul 13.27 WIB).

²Aseng, Pedagang Daging di Pasar Ucok Kodok, *wawancara* (Padangsidempuan, 27 Desember 2024. Pukul 09.27 WIB).

pahami terkait etika bisnis islam yaitu berdagang dengan baik, jujur, adil dalam timbangan dan tidak menutup-nutupi kekurangan dari barang dagangan”.³

Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Syawal selaku pedagang daging di Pasar Ukok Kodok mengatakan bahwa, “Menurut pemahaman saya mengenai etika bisnis islam yaitu berperilaku jujur, tidak ada yang ditutup-tutupi, kualitas menentukan harga. Kunci utama dari berdagang adalah jujur dan tetap mensyukuri apa yang di peroleh hari ini”.⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Soleh Simatupang selaku pedagang daging di Pasar Pajak Batu mengatakan bahwa, “Saya menjual barang halal dan untuk stok tidak pernah saya manipulasi. Kalau ada manipulasi-manipulasi begitu saya takut nanti pelanggannya malah pada pergi dan tidak beli lagi disini”.⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Hasan Basri Siregar selaku pedagang daging di Pasar Pajak Batu mengatakan bahwa, “Saya jualan daging mentah, saya tidak bisa manipulasi ketersediaan dan kualitas daging yang saya jual. Kalau saya tidak memperhatikan kualitas daging yang dijual,

³H. Nasar Harahap, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidempuan, 28 Desember 2024. Pukul 08.13 WIB).

⁴H. Syawal Harahap, Pedagang Daging di Pasar Ukok Kodok, *wawancara* (Padangsidempuan, 27 Desember 2024. Pukul 07.11 WIB).

⁵Soleh Simatupang, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidempuan, 28 Desember 2024. Pukul 07.22 WIB).

ya gimana mau menarik minat pelanggan. Mereka pasti langsung pergi lagi”.⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan H. Doli selaku pedagang daging di Pasar Pajak Batu mengatakan bahwa, “Menurut yang saya pahami terkait etika bisnis yang baik dan benar yaitu dengan berperilaku jujur dalam berdagang, transparan, dan tidak memanipulasi timbangan”.⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Hendrianto Pane selaku pedagang daging di Pasar Ucok Kodok mengatakan bahwa,

“Saya tidak pernah mengurangi timbangan. Kalau ternyata stok yang saya miliki timbangannya kurang ya saya bilang ke pelanggan dan mengurangi harga sesuai kekurangan barangnya. Kalau keuntungan saya hanya mengambil keuntungan sewajarnya saja. Tidak apa-apa sedikit-sedikit yang penting banyak yang beli, insyaallah nanti terkumpul banyak juga. Soalnya pembeli itu kadang suka membandingkan harga dengan pedagang lain. Nah itu yang saya takuti jika mengambil keuntungan diatas rata-rata. Banyak pelanggan yang misalnya hanya selisih 500 perak saja rela lebih memilih jalan jauh muter pasar biar dapat yang lebih murah”.⁸

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan telah menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan ketentuan ekonomi Islam. Berdasarkan hasil wawancara terhadap delapan pedagang daging yang menjadi informan

⁶Hasan Basri Siregar, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidimpuan, 28 Desember 2024. Pukul 08.44 WIB).

⁷H. Doli, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidimpuan, 28 Desember 2024. Pukul 06.13 WIB).

⁸Hendrianto Pane, Pedagang Daging di Pasar Ucok Kodok, *wawancara* (Padangsidimpuan, 27 Desember 2024. Pukul 10.27 WIB).

penelitian, ditemukan bahwa pada umumnya para pedagang telah memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam.

Sebagian besar pedagang menyatakan pentingnya kejujuran dalam berdagang, terutama dalam hal timbangan, kualitas barang, dan keterbukaan terhadap konsumen. Mereka mengaku tidak pernah mengurangi timbangan dan memilih untuk menjelaskan kondisi barang secara apa adanya kepada pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa para pedagang memahami bahwa kejujuran merupakan nilai utama dalam etika bisnis Islam. Misalnya, Hendrianto Pane menyampaikan bahwa ia tidak pernah mengurangi timbangan dan akan menyesuaikan harga jika stok barang yang tersedia kurang dari yang seharusnya. Demikian pula, H. Doli menegaskan pentingnya bersikap transparan dan tidak memanipulasi timbangan dalam kegiatan jual beli.

Selain itu, para pedagang juga menunjukkan komitmen terhadap penjualan barang yang halal dan baik. Mereka mengaku selalu menjaga kesegaran daging yang dijual serta memisahkan antara stok lama dan baru agar tidak mengecewakan pelanggan. Aseng, salah satu pedagang di Pasar Ucok Kodok, menjelaskan bahwa ia selalu mengutamakan kesegaran daging dan memberikan keterangan secara jujur kepada konsumen terkait kondisi barang. Sementara itu, Soleh Simatupang menyatakan bahwa ia tidak pernah memanipulasi stok karena khawatir akan kehilangan

kepercayaan dari pelanggan, yang menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usahanya.

Prinsip keadilan dalam timbangan juga diakui dan diterapkan oleh para pedagang. Mereka memahami bahwa ketidakadilan dalam timbangan merupakan bentuk kecurangan yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Seperti yang disampaikan oleh H. Nasar Harahap, ia berupaya untuk selalu adil dalam timbangan dan tidak menutupi kekurangan dari barang dagangan yang dijual.

Beberapa pedagang juga menunjukkan kesadaran bahwa berdagang bukan hanya sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk ibadah. Mereka menyatakan bahwa dalam berdagang, mereka berusaha untuk tetap bersyukur dan menyisihkan sebagian keuntungan untuk membantu orang lain. Ali Akbar Nasution, misalnya, mengungkapkan bahwa ia selalu bersikap jujur, tidak memanipulasi barang, mengutamakan kepuasan konsumen, dan menyisihkan sebagian keuntungan untuk disedekahkan kepada fakir miskin.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa para pedagang daging di Pasar UcoK Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan secara umum telah menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam praktik jual belinya. Mereka menunjukkan pemahaman dan penerapan terhadap nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, transparansi, menjual barang yang halal, serta memiliki kesadaran ibadah dalam

berdagang. Meskipun jumlah informan yang diwawancarai masih terbatas, hasil ini memberikan gambaran bahwa sebagian besar pedagang telah berupaya menjalankan usaha sesuai dengan ketentuan dalam ajaran Islam.

2. Praktik Jual Beli Pedagang Daging di Pasar Ukok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam

Sehubungan dengan indikator permasalahan sebelumnya yakni praktik jual beli adalah proses membeli barang atau produk, cara menawarkan kepada pelanggan dan sampai kepada proses transaksi jual belinya. Sehingga penulis akan memaparkan hasil penelitian sesuai dengan indikator yang ada untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya.

a. Proses Pembelian Produk

Proses pembelian produk para pedagang daging memesan kepada pemilik ternak langsung dan ada juga yang memilikin ternak sendiri.

“Proses pembelian daging yaitu saya mencari daging yang berkualitas tidak hanya dengan harga murah. Setelah itu di pesan kepada pemilik peternakan, karena jika memesan daging langsung ke peternakan lebih murah, ada juga distributor daging yang menjadi langganan jika di peternakan tidak menyembelih sapi, sehingga kalau tidak ada daging di peternakan tetap bisa berdagang”.⁹

Proses pembelian daging yang dilakukan oleh para pedagang tidak jauh beda. Mereka melakukan pembelian daging dengan membeli langsung di peternakan atau dari distributor untuk di jual kembali. Tidak jauh berbeda dengan pedagang daging yang lain ada juga pedagang yang

⁹ H. Syawal Harahap, Pedagang Daging di Pasar Ukok Kodok, *wawancara* (Padangsidimpuan, 27 Desember 2024. Pukul 07.11 WIB).

menitipkan dagingnya untuk dijualkan dengan diberikan upah atau gaji tiap hari atau tiap bulannya,

Sebagaimana dikatakan oleh Basran Hasri Siregar bahwa, “Proses pembelian daging ini oleh bos saya, kebetulan di sini saya adalah karyawan yang di pekerjakan untuk menjualnya dan digaji sesuai dengan perjanjian, kadang saya di gaji tiap bulan atau hari”.¹⁰

Melihat pembelian daging oleh para pedagang yang cenderung sama, ada juga membeli daging dengan memesan kepada para teman yang bekerja di peternakan demi mendapatkan daging yang segar.

Sebagaimana dikatakan oleh nasar Harahap bahwa, “Barang yang saya jual sebagian ada yang saya pesan di teman yang saya kenal, kebetulan bekerja di peternakan sapi sehingga saya dengan mudah mendapatkan daging fresh yang baru di sembelih”.¹¹

b. Proses Menawarka atau Mempromosikan Barang

Proses menawarkan barang atau mempromosikan barang kepada para pedagang memiliki cara yang hampir sama, tentunya untuk menarik pembeli agar berkunjung ke toko mereka dan tertarik membeli barang yang mereka tawarkan. Awalnya pembeli melihat1lihat daging yang di

¹⁰Hasan Basri Siregar, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidimpuan, 28 Desember 2024. Pukul 08.44 WIB).

¹¹H. Nasar Harahap, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidimpuan, 28 Desember 2024. Pukul 06.13 WIB).

jejerkan di meja dalam toko, kemudian penjual mempersilahkan pembeli untuk memilih daging yang di inginkan.

Seperti yang diungkapkan oleh bapak Ali Akbar Nasution yang mengatakan bahwa, “Saya memajangnya di meja depan toko untuk membuat pelanggan lebih tertarik, dengan harga sesuai dengan kualitas daging agar menarik perhatian pengunjung”.¹²

Berbeda dengan bapak Ali Akbar Nasution, seiring dengan berkembangnya teknologi dan makin moderenya pola konsumsi masyarakat, maka hal inilah yang di manfaatkan oleh bapak Soleh Somatupang untuk mempromosikan dagangannya. “Saya mempromosikan daging dagangan saya juga melalui facebook dan saya menjual daging untuk jumlah besar”.¹³

Hal berbeda juga dilakukan oleh Aseng yang lebih memilih untuk membangun kedekatan emosional antar penjual dan pembeli, dengan bertatap langsung maka akan lebih terjalin keakraban.

Bapak Aseng mengatakan “saya menawarkan kepada pembeli dengan cara memanggil pelanggan untuk sekedar melihat-lihat dulu, daging yang saya jual khusus daging sapi, jadi kalau ada pembeli yang

¹²Ali Akbar Nasution, Pedagang Daging di Pasar Ukok Kodok, *wawancara* (Padangsidempuan, 27 Desember 2024. Pukul 13.27 WIB).

¹³Soleh Simatupang, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidempuan, 28 Desember 2024. Pukul 07.22 WIB).

ingin mencari jenis yang lain seperti ayam, telur, kambing bisa di peternakan saya”.¹⁴

Para pedagang memiliki cara tersendiri dalam menarik minat pelanggan untuk membeli barang yang diinginkan ataupun untuk sekedar berkunjung kedalam tokonya.

c. Proses Transaksi

Proses transaksi yang dilakukan penjual adalah ketika pembeli sudah melihat daging yang diinginkan, maka antara penjual dan pembeli melakukan tawar-menawar harga. Saat pembeli cocok dengan harga yang ditawarkan kemudian dilanjutkan dengan akad untuk membeli daging tersebut jika tidak cocok maka pembeli boleh tidak mengambilnya. Ketika cocok harga, maka pedagang kemudian memberikan barang sesuai permintaan pembeli, hal penting yang harus di berikan oleh pedagang adalah menjelaskan kualitas daging tersebut serta jika terdapat cacat maka pedagang harus memberitahukannya kepada konsumen.

Bapak H. Doli mengatakan “seperti biasanya, pembeli mengambil barang dan penjual menerima uang, kadang-kadang juga saat ada pelanggan yang ingin berutang, maka saya berikan tetapi hanya untuk orang-orang yang saya kenal dan percaya saja”.¹⁵

¹⁴Aseng, Pedagang Daging di Pasar Ucok Kodok, *wawancara* (Padangsidimpun, 27 Desember 2024. Pukul 10.27 WIB).

¹⁵H. Doli, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidimpun, 28 Desember 2024. Pukul 06.13 WIB).

Hasil wawancara dan pengamatan peneliti sebelum pembeli memutuskan memilih daging yang akan dibeli tentunya pembeli dipersilahkan memilih daging yang diinginkan, selanjutnya dilanjutkan dengan transaksi yaitu dengan membayar menggunakan uang dan barulah selesai akad jual beli tersebut. Pemaparan mengenai praktik jual beli maka peneliti menarik kesimpulan bahwa praktik jual beli pada pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidempuan berjalan secara umum. Mulai dari pembelian produk atau barang, proses mempromosikan barang dan sampai kepada proses transaksi atau ijab kabul antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, diperoleh temuan bahwa sebagian besar pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidempuan telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas jual beli sehari-hari. Beberapa indikator utama etika bisnis Islam yang diamati antara lain: kejujuran, keterbukaan, amanah, dan menjual barang yang halal serta thayyib.

Para pedagang umumnya menjelaskan kualitas daging secara jujur kepada pelanggan, termasuk jika ada bagian yang kurang segar atau cacat. Hal ini menunjukkan adanya kejujuran dan transparansi dalam bertransaksi, sebagaimana disebutkan dalam Islam bahwa kejujuran merupakan dasar muamalah yang baik.

Dalam proses promosi, pedagang tidak menggunakan cara-cara menipu atau memaksa, melainkan lebih mengedepankan pendekatan yang sopan dan terbuka, termasuk melalui media sosial. Beberapa pedagang juga menyampaikan bahwa mereka memandang usaha berdagang sebagai bagian dari mencari rezeki yang halal, yang mencerminkan niat ibadah dalam kegiatan ekonominya.

Selain itu, praktik memberi utang kepada pelanggan yang dikenal dan dipercaya juga merupakan wujud dari nilai amanah dan tolong-menolong yang dijunjung tinggi dalam Islam. Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa mayoritas pedagang daging di lokasi penelitian telah menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam proses jual beli mereka, meskipun penerapannya masih perlu ditingkatkan pada aspek tertentu seperti pengelolaan harga dan penyampaian informasi secara lebih rinci kepada pembeli.

3. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan batasan masalah yang telah di paparkan sebelumnya bahwa penulis akan memaparkan bagaimana implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar Ukok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan. Para pedagang daging dalam menjalankan aktivitas bisnisnya telah memahami cara penyembelihan hewan yang sesuai dengan agama Islam untuk diperjual belikan atau untuk di konsumsi, seperti daging

hewan yang ilegal atau hasil curian, daging busuk atau tidak layak dikonsumsi, daging yang dijual haruslah daging yang segar yang memberikan manfaat untuk tubuh dan lain sebagainya.

Implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pasar Ukok Kodok dan Pasar Pajak Batu Padangsidimpuan terlihat dari perilaku para pedagang daging yang mencerminkan nilai-nilai dasar dalam ekonomi Islam seperti kejujuran (*sidq*), amanah, keadilan, dan kesesuaian dengan prinsip halal dan thayyib. Para pedagang memahami pentingnya menjual daging yang halal dan layak konsumsi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ali Akbar Nasution dan Hendrianto Pane selaku pedagang daging di Pasar Ukok Kodok mengatakan bahwa, “Daging yang di jual adalah daging yang dibeli dari tempat peternakan yang terpercaya di daerah padangsidimpuan ini, ataupun melihat langsung proses penyembelihan hewan tersebut tersebut dan membelinya”.¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Aseng dan Hendrianto selaku pedagang daging di Pasar Ukok Kodok mengatakan bahwa, “Tidak pernah menjual daging yang sudah lama, walaupun pembeli ingin datang langsung melihat proses penyembelihan hewannya di tempat peternakan boleh saja tidak keberatan”.¹⁷

¹⁶Ali Akbar Nasution, Pedagang Daging di Pasar Ukok Kodok, *wawancara* (Padangsidimpuan, 27 Desember 2024. Pukul 13.27 WIB).

¹⁷Aseng and Hendrianto, Pedagang Daging di Pasar Ukok Kodok, *wawancara* (Padangsidimpuan, 27 Desember 2024. Pukul 10.27 WIB).

Ini menunjukkan bahwa pedagang memperhatikan kehalalan dan kebersihan produk, sesuai dengan prinsip dasar dalam Islam yang mewajibkan umat Muslim mengonsumsi makanan yang halal dan baik.

Selain memperhatikan aspek kehalalan, para pedagang juga menunjukkan sikap jujur dan terbuka kepada konsumen. Aseng dan Hendrianto menyebutkan bahwa mereka tidak pernah menjual daging yang sudah lama, bahkan jika pembeli ingin melihat proses penyembelihan hewan di peternakan, mereka mempersilakannya tanpa keberatan. Sikap ini mencerminkan transparansi dan kejujuran yang merupakan bagian dari etika bisnis dalam Islam. Dalam praktik jual beli, kejujuran sangat dijunjung tinggi agar tidak terjadi penipuan atau ketidakjelasan yang bisa merugikan pihak pembeli.

Lebih lanjut, etika penetapan harga juga menjadi perhatian para pedagang, seperti berdasarkan hasil wawancara dengan H. Nasar Harahap selaku pedagang daging di Pasar Pajak Batu mengatakan bahwa, “Saya berdagang itu dari pagi hingga menjelang sore saja, jadi sebelum masuk waktu shalat ashar saya telah merapikan dagangan dan pulang ke rumah untuk melaksanakan shalat, setiap hari jumat saya tidak berdagang fokus ibadah saja, jadi seminggu saya berdagang 5-6 hari”.¹⁸

¹⁸H. Nasar Harahap, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidempuan, 28 Desember 2024. Pukul 06.13 WIB).

Hal ini mencerminkan prinsip keadilan (*'adl*) dalam Islam, di mana harga harus ditetapkan secara adil tanpa merugikan salah satu pihak. Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, beberapa pedagang juga menunjukkan komitmen terhadap ibadah dan tanggung jawab spiritual. H. Nasar Harahap, misalnya, menjelaskan bahwa ia hanya berdagang dari pagi hingga menjelang waktu Ashar, kemudian pulang untuk melaksanakan shalat. Pada hari Jumat, ia memilih untuk tidak berdagang sama sekali dan fokus beribadah. Sikap ini menunjukkan bahwa bisnis tidak dijadikan alasan untuk melalaikan kewajiban kepada Allah SWT, melainkan menjadi bagian dari ibadah itu sendiri.

Di samping itu, para pedagang juga menjaga etika dalam mempromosikan dagangan. H. Doli mengatakan selaku pedagang daging di pajak batu mengatakan bahwa, “Saya mempromosikan dagangan dengan memberikan kebebasan kepada pembeli untuk membeli daging yang diinginkan. Adapun mengenai harga saya menentukan sesuai kualitas dari barang tersebut, modal dan daya saing pasar”.¹⁹

Dalam praktiknya, pedagang mengedepankan amanah dalam bertransaksi, tidak menutupi kekurangan produk, dan tidak melakukan promosi yang berlebihan atau menyesatkan.

¹⁹H. Doli, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidempuan, 28 Desember 2024. Pukul 06.13 WIB).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Soleh Simatupang selaku pedagang daging di Pasar Pajak Batu mengatakan bahwa, “Saya memberitahu kualitas daging yang saya jual, agar pembeli bisa dengan mudah menawar dagangan saya tersebut, tidak menyembunyikan sesuatu apapun mengenai daging tersebut dari pembeli”.²⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Hasan Basri Siregar selaku pedagang daging di Pasar Pajak Batu mengatakan bahwa:

“Dalam proses transaksi saya tidak mengambil keuntungan yang terlalu banyak atau harga yang terlalu tinggi, tetapi menentukan sesuai kualitas daging, jika daging tersebut sangat di butuhkan atau biasanya lagi hari besar maka harganya akan naik. Asalkan pembeli sepakat dengan harga yang saya tawarkan”.²¹

Berdasarkan uraian dan hasil wawancara keseluruhan tersebut, dapat disimpulkan bahwa implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli daging di kedua pasar tersebut telah dijalankan meskipun tidak seluruhnya didasari oleh kesadaran akademis atau teologis. Nilai-nilai dasar seperti kejujuran, keterbukaan, keadilan, dan tanggung jawab ibadah sudah menjadi bagian dari praktik sehari-hari para pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya dapat diterapkan dalam teori, tetapi juga dalam kehidupan nyata, bahkan oleh pelaku usaha kecil sekalipun.

²⁰Soleh Simatupang, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidimpun, 28 Desember 2024. Pukul 07.22 WIB).

²¹Hasan Basri Siregar, Pedagang Daging di Pajak Batu, *wawancara* (Padangsidimpun, 28 Desember 2024. Pukul 08.44 WIB).

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pemahaman Pedagang Daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan Mengenai Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam pada dasarnya berlandaskan pada ajaran Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW, yang mengedepankan nilai-nilai kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adl*), tanggung jawab (*amānah*), serta menjauhi segala bentuk kecurangan dan penipuan dalam transaksi. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana para pedagang daging di dua pasar tradisional di Kota Padangsidimpuan, yakni Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu, memaknai serta menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam aktivitas perdagangan mereka.

Berdasarkan data hasil wawancara mendalam terhadap delapan informan yang dipilih dari total 17 pedagang yang ada, ditemukan bahwa mayoritas pedagang memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai prinsip dasar etika bisnis Islam. Hal ini terlihat dari penekanan yang berulang-ulang terhadap pentingnya kejujuran dalam berdagang, baik dalam hal timbangan, kualitas barang, maupun keterbukaan informasi terhadap konsumen.

Sebagai contoh, salah seorang pedagang bernama Hendrianto Pane menyatakan bahwa ia tidak pernah mengurangi timbangan dan jika ada kekurangan dari segi kuantitas, ia akan menyesuaikan harga. Hal ini menunjukkan adanya penerapan prinsip *'adl* (keadilan) dalam praktik jual

beli. Begitu pula pedagang lain seperti H. Doli dan H. Nasar Harahap menekankan pentingnya transparansi dan keadilan dalam menimbang barang, yang merupakan bagian dari tuntunan syariat agar tidak merugikan konsumen. Ini sesuai dengan QS. Al-Muthaffifin ayat 1-3 yang mengecam keras para pelaku bisnis yang curang dalam takaran dan timbangan.

﴿ وَيَلُ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝١ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝٢ وَإِذَا

كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝٣ ﴾ (المطففين/٨٣: ١-٣)

Artinya : 1). Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! 2). (Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. 3). (Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.²² (Al-Mutaffifin/83:1-3)

Lebih lanjut, pemahaman etika bisnis Islam juga tercermin dari komitmen pedagang terhadap kualitas barang dagangan. Aseng dan Hasan Basri Siregar, misalnya, menunjukkan kesadaran penuh bahwa menjaga kualitas daging dan menyampaikan kondisi barang secara apa adanya kepada pelanggan adalah bentuk tanggung jawab moral dan ibadah. Praktik

²² QS. Al-Mutaffifin (83) : 1-3.

ini sejalan dengan prinsip *ihsān* (berbuat baik), yang dalam konteks bisnis berarti memberikan pelayanan terbaik tanpa menipu atau menyembunyikan kekurangan.

Aspek lain yang cukup menonjol adalah kesadaran sebagian pedagang terhadap nilai keberkahan dalam berdagang. Ali Akbar Nasution misalnya, tidak hanya mengedepankan kejujuran dan pelayanan, tetapi juga rutin menyisihkan sebagian keuntungan untuk membantu fakir miskin. Ini mencerminkan adanya pemahaman bahwa aktivitas bisnis dalam Islam tidak semata mencari laba, tetapi juga sarana menebar manfaat dan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Konsep ini dikenal sebagai *barakah* dalam ekonomi Islam, yaitu keberlimpahan nilai dan manfaat dalam usaha yang dijalankan dengan prinsip syariah.

Namun demikian, dari hasil wawancara juga dapat dicermati bahwa pemahaman pedagang terhadap etika bisnis Islam masih bersifat praktis dan belum banyak yang mengaitkannya secara eksplisit dengan dasar-dasar normatif dalam Al-Qur'an dan Hadis. Pemahaman mereka lebih banyak bersumber dari pengalaman langsung, tradisi berdagang, serta nilai-nilai moral yang hidup dalam komunitas mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun praktik mereka sudah sesuai dengan ajaran Islam, penguatan pemahaman secara konseptual dan keilmuan melalui pendidikan dan pelatihan tentang ekonomi syariah tetap diperlukan.

Penelitian ini juga didukung oleh pendapat Agam Santa yang menyatakan bahwa kejujuran dalam berdagang mampu menumbuhkan kasih sayang antar manusia, sejalan dengan ajaran Nabi Muhammad SAW bahwa seorang Muslim yang sempurna adalah yang mencintai saudaranya sebagaimana ia mencintai dirinya sendiri. Maka dari itu, kejujuran bukan hanya mendatangkan kepercayaan konsumen, tetapi juga menjadi jalan menuju hubungan sosial yang harmonis dalam masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa para pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu umumnya telah menjalankan aktivitas bisnis mereka sesuai dengan nilai-nilai etika Islam. Kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan kesadaran akan keberkahan menjadi fondasi utama dalam aktivitas mereka. Akan tetapi, pendekatan mereka masih lebih bersifat tradisional dan pengalaman-praktis, sehingga diperlukan upaya dari berbagai pihak, termasuk lembaga dakwah dan pendidikan, untuk memperkuat pemahaman normatif dan teologis mereka terhadap konsep etika bisnis Islam secara utuh dan menyeluruh.

2. Praktik Jual Beli Pedagang Daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan di Tinjau Dari Etika Bisnis Islam

Praktik jual beli pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan secara umum sudah berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki agar implementasinya lebih maksimal. Dari segi proses pembelian

produk, pedagang daging umumnya memperoleh barang dagangannya langsung dari pemilik ternak atau melalui distributor yang sudah menjadi langganan. Beberapa pedagang juga menitipkan daging untuk dijual dengan sistem upah kepada karyawan. Cara-cara tersebut menunjukkan adanya upaya pedagang dalam menjaga kualitas dan keberlanjutan pasokan daging, yang mencerminkan prinsip amanah dalam Islam, yakni tanggung jawab menjaga kehalalan dan kualitas produk agar tidak merugikan konsumen. Namun, pengawasan terhadap kualitas produk terutama bagi pedagang yang menitipkan daging belum selalu konsisten, sehingga diperlukan peningkatan dalam aspek pengelolaan produk agar amanah tersebut dapat terpenuhi secara menyeluruh.

Dalam hal penawaran dan promosi, pedagang menggunakan berbagai metode untuk menarik minat pembeli. Penataan daging secara menarik di meja toko merupakan cara tradisional yang masih efektif, sementara sebagian pedagang juga memanfaatkan kemajuan teknologi dengan mempromosikan dagangannya melalui media sosial seperti Facebook. Ada pula pedagang yang menekankan pendekatan personal dengan membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Strategi promosi yang dilakukan tanpa menggunakan cara menipu atau paksaan menunjukkan penerapan prinsip kejujuran dan keterbukaan, sebagaimana yang diajarkan dalam etika bisnis Islam. Hal ini penting karena kejujuran merupakan fondasi utama dalam transaksi jual beli yang adil dan berkah.

Proses transaksi jual beli di pasar tersebut berlangsung dengan mekanisme tawar-menawar harga yang dilakukan secara terbuka antara penjual dan pembeli. Ketika harga telah disepakati, akad jual beli dilakukan dengan penyerahan barang dan pembayaran secara langsung, sesuai dengan kaidah muamalah Islam yang menekankan kejelasan akad dan persetujuan kedua belah pihak. Pedagang juga menjelaskan kualitas daging kepada konsumen, termasuk jika terdapat cacat atau bagian yang kurang segar, yang mencerminkan kejujuran dan keterbukaan dalam bertransaksi. Praktik memberikan kredit kepada pelanggan yang dikenal dan dipercaya menjadi bukti penerapan nilai amanah dan solidaritas sosial dalam berbisnis. Namun, kebijakan ini diterapkan dengan hati-hati agar tidak menimbulkan kerugian, sehingga keadilan dan keseimbangan tetap terjaga dalam proses jual beli.

Meski demikian, penerapan etika bisnis Islam dalam praktik jual beli pedagang daging ini masih dapat ditingkatkan, terutama dalam hal pengelolaan harga yang lebih transparan dan penyampaian informasi produk secara lebih rinci. Hal ini penting agar konsumen mendapatkan perlindungan yang lebih optimal dan transaksi dapat berjalan dengan adil tanpa menimbulkan kecurigaan atau ketidakpuasan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang daging di Pasar Ukok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan telah memahami dan mengimplementasikan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam aktivitas mereka, yang tidak hanya bertujuan mendapatkan keuntungan duniawi tetapi juga keridhaan Allah SWT.

Sebagai tindak lanjut, diperlukan upaya peningkatan kapasitas pedagang melalui pelatihan mengenai etika bisnis Islam dan manajemen usaha agar kualitas penerapan nilai-nilai tersebut semakin baik. Dukungan dari pihak terkait, seperti dinas perdagangan dan asosiasi pedagang, sangat dibutuhkan untuk mendorong pedagang menerapkan standar etika yang tinggi dan menjaga keberlangsungan usaha secara berkelanjutan. Dengan demikian, bisnis jual beli yang Islami dapat menjadi contoh praktik ekonomi yang tidak hanya produktif tetapi juga berkah dan bermanfaat bagi masyarakat luas.

3. Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pasar Pajak Batu Padangsidimpuan secara nyata merefleksikan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam seperti kejujuran (*ṣidq*), amanah, keadilan (*‘adl*), serta prinsip halal dan *thayyib* yang telah diterapkan dalam praktik sehari-hari. Para pedagang secara konsisten memastikan bahwa daging yang dijual adalah daging halal dan baik untuk dikonsumsi, diperoleh dari sumber yang jelas dan proses penyembelihan yang sesuai syariat Islam, sebagaimana yang diungkapkan oleh Ali Akbar Nasution dan Hendrianto Pane. Sikap ini merupakan wujud nyata pelaksanaan prinsip amanah, yakni menjaga kepercayaan konsumen dengan menyediakan produk halal dan layak, sekaligus memenuhi kewajiban agama yang mewajibkan umat Islam mengonsumsi makanan halal (QS. Al-Maidah: 3).

Kejujuran (şidq) sebagai pondasi utama etika bisnis Islam terlihat jelas dari keterbukaan para pedagang dalam memberi informasi kepada pembeli mengenai kualitas daging. Misalnya, Aseng dan Hendrianto bahkan mempersilakan pembeli melihat langsung proses penyembelihan hewan. Praktik ini menghindarkan transaksi dari gharar (ketidakjelasan) dan penipuan yang dilarang dalam muamalah Islam (HR. Muslim), sekaligus menunjukkan tanggung jawab sosial pedagang dalam menjaga hak konsumen agar tidak dirugikan.

Penetapan harga jual juga mengedepankan prinsip keadilan ('adl). Hasan Basri Siregar menegaskan bahwa harga ditentukan berdasarkan kualitas dan modal, dengan tetap menjaga agar harga tidak memberatkan pembeli secara berlebihan. Sikap pedagang yang tidak mengambil keuntungan berlebihan dan menaikkan harga secara wajar dalam kondisi tertentu seperti hari besar dengan persetujuan pembeli mencerminkan prinsip tawazun (keseimbangan) dalam ekonomi Islam, yang menuntut keseimbangan antara hak dan kewajiban pelaku usaha dan konsumen (QS. An-Nisa: 29). Hal ini menghindarkan eksploitasi atau penindasan terhadap salah satu pihak.

Nilai tauhid sebagai landasan spiritual dalam etika bisnis Islam turut mewarnai perilaku pedagang yang tetap mengutamakan kewajiban ibadah seperti shalat tepat waktu, meskipun dalam kesibukan berdagang. Contohnya, H. Nasar Harahap meluangkan waktu shalat dan menghindari berdagang pada hari Jumat. Hal ini menunjukkan kesadaran bahwa bisnis bukan sekadar aktivitas

duniawi untuk meraih keuntungan, tetapi juga merupakan sarana ibadah yang menyelaraskan kepentingan dunia dan akhirat (QS. Al-Mu'minun: 1-2).

Dalam aspek promosi dan komunikasi bisnis, para pedagang seperti H. Doli dan Soleh Simatupang mengedepankan amanah dengan tidak menutupi kekurangan produk dan memberikan informasi jujur kepada pembeli. Hal ini menghindari penipuan dan kesesatan yang dilarang dalam Islam (QS. Al-Baqarah: 188), sehingga membangun kepercayaan yang berkelanjutan antara pedagang dan konsumen.

Meskipun nilai-nilai etika bisnis Islam sudah terefleksikan dalam praktik, masih terdapat ruang perbaikan khususnya dalam hal konsistensi penerapan dan pemahaman teologis yang mendalam. Beberapa pedagang belum sepenuhnya menyadari bahwa etika bisnis Islam bukan hanya tentang praktik halal dan jujur secara teknis, tetapi juga mengandung dimensi akhlak dan tanggung jawab moral-spiritual yang harus dijalankan secara sadar dan sistematis. Oleh karena itu, edukasi dan pembinaan lebih intensif sangat diperlukan agar pemahaman dan pengamalan etika bisnis Islam dapat lebih komprehensif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat teori ekonomi Islam yang menekankan keseimbangan antara urusan duniawi dan ukhrawi, serta antara kepentingan individu dan sosial. Implementasi etika bisnis Islam dalam transaksi di pasar tradisional ini membuktikan bahwa prinsip-prinsip Islam dapat diaplikasikan secara nyata, memberikan manfaat sosial dan spiritual yang luas.

Temuan ini sekaligus mendukung urgensi pembinaan dan pengembangan bisnis syariah pada tingkat mikro sebagai fondasi bagi pembangunan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan

E. Keterbatasan Penelitian

Seluruh hasil kegiatan penelitian dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis namun peneliti berusaha agar keterbatasan ini tidak sampai mengurangi makna dari hasil penelitian yang telah diperoleh. Adapun keterbatasan yang dihadapi selama peneliti dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam pencarian informasi untuk diwawancarai. Hal tersebut karena pedagang sangat sibuk dengan aktifitasnya dan sulit mendapatkan waktu luang sehingga peneliti harus mencari informan kembali yang benar-benar ingin memberikan waktunya untuk proses wawancara. Selain itu pada saat penelitian sedang berjalan tiba-tiba banyak pengunjung yang ingin membeli dagangan dan banyak lagi alasan dari beberapa informan yang ingin diwawancarai oleh peneliti.
2. Objek penelitian hanya di fokuskan di Pasar UcoK Kodok dan Pajak Batu Padangsidempuan yang mana hanya dua dari banyak pasar lain yang juga banyak terdapat pedagang-pedagang daging juga.
3. Dalam melakukan wawancara proses pengambian data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan

pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya penulis tidak mengetahui tentang kejujuran responden dalam memberikan jawaban setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi data.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi dapat di selesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan dalam skripsi yang berjudul: Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Trasaksi Jual Beli di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan, disimpulkan bahwa:

1. Dari keseluruhan paparan data dan analisis data mengenai pemahaman etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli oleh pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan, diketahui bahwa informan atau pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan hanya memiliki pengetahuan sekilas atau garis besarnya saja terkait adanya etika bisnis Islam.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan praktik jual beli para pedagang daging di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan berjalan secara umum, seperti pedagang membeli kepada distributor untuk dijual kembali, mempromosikan barang secara langsung ataupun melalui sosial media, hingga proses ijab kabul yakni terjadinya proses kesepakatan antara penjual dan pembeli.
3. Implementasi etika bisnis Islam oleh para pedagang secara pemahaman masih kurang tetapi dalam praktiknya sudah diterapkan dengan baik, seperti menjual produk yang halal dan baik, menawarkan barang dengan sikap ramah dan jujur, pada proses transaksinya pedagang akan bertanggung jawab terhadap barang yang dijualnya. Namun perlu perlu upaya peningkatan untuk

membangun ekosistem pasar yang lebih baik seluruh stakeholder yang terlibat

B. Saran

Dari hasil penelitian di atas maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya agar lebih memperbanyak memahami teori-teori yang telah ada. Tinjauan pustaka yang mendalam akan membantu peneliti memahami perkembangan pengetahuan di bidang tersebut. Jangan hanya terpaku pada satu sumber atau jenis sumber tertentu. Luaskan pencarian referensi dari buku, jurnal ilmiah, konferensi, tesis, dan sumber-sumber akademis lainnya. Dengan cara ini, peneliti dapat mendapatkan sudut pandang yang lebih komprehensif. Manfaatkan basis data akademis dan perpustakaan digital untuk mengakses jurnal-jurnal ilmiah terkini dan makalah penelitian. Ini membantu peneliti memperoleh informasi terkini dan relevan.
2. Bagi Pedagang Pasar Ukok Kodok dan Pajak Batu Padangsidempuan diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan konsumen. Para pedagang di Pasar Ukok Kodok dan Pajak Batu Padangsidempuan tetap menggunakan cara yang sesuai dan sah dalam mencapai tujuan mereka agar tidak merugikan pihak manapun ketika melakukan aktifitas transaksi jual beli. Serta, diharapkan agar masyarakat tetap menjadi pembeli yang pintar dan ikut membangun perekonomian di Pasar Ukok Kodok dan Pajak Batu Padangsidempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abuznaid, S. (2012). Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market. *An-Najah University Journal for Research (Humanities)*, 26(6), 1473–1503.
- Alserhan, B. A. (2011). *The Principles of Islamic Marketing*. Gower Publishing.
- Ambar Wati, Arman Paramansyah, D. D. (2019). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli: Studi Kasus Pasar Tradisional Pendopo Empat Lawang, Sumatera Selatan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 161–162.
- Antonio, M. S. (2020). *Etika Binis Islam*. Tazkia Publishing.
- Badroen, F. (2016). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Prenada Media Group.
- Basyir, A. A. (2015). *Asas-Asas Hukum Muamalat*. UII Press.
- Beekun, R. I. (2014). *Etika Bisnis Islam*. Pustaka Pelajar.
- Bertens, K. (2019). *Etika*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2015). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Prenada Media Group.
- Dawwah, A. M. (2018). *Meneladani Keunggulan Bisnis Nabi Muhammad*. Pustaka Nuun.
- Didin Hafidhuddin, H. T. (2018). *Etika Bisnis Islami*. Gema Insani.
- Djakfar, M. (2014). *Agama, Etika, dan Ekonomi*. UIN Maliki Press.
- Fakhry Zamzam, H. A. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. CV. Budi Utama.
- Harahap, D. (2021). *Fiqh Muamalah I*. Merdeka Kreasi Group.
- Hardana, A. (2018). Model Pengembangan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 6(2), 32.
- Haroen, N. (2015). *Fiqh Muamalah*. Gaya Media Pratama.
- Hasibuan, S. W. (2021). *Metodologi Penelitian Bidang Muamalah Ekonomi dan Bisnis*. Media Sains Indonesia.
- Herliati, E. (2020). *Kepemimpinan dalam Perspektif Islam- Al-Shidq, Al-Amanah, Al-Tabligh, Al-Fathanan*. Alqaprint Jatinangor.
- Idris. (2015). *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Prenada Media Group.

- Ikhsan, M. M. (2021). *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Tradisional di Desa Sidomulyo Kecamatan Tungal Ilir Sumatera Selatan dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Institut Agama Islam Darussalam Blokagaung Banyuwangi.
- Legi, C. (2023). Kinerja Perusahaan Daerah (PD) Pasar Dalam Mengelola Pasar Tua Tombatu Kecamatan Tombatu Utara Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Governance*, 3(2), 2.
- Lubis, W. (2022). Strategi Pemasaran Rumah Makan dalam Meningkatkan Konsumen. *PROFJES: Profetik Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 292.
- M. Robby Kaharudin, L. M. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Pasar Tradisional Prabumulih. *Jurnal Manajemen & Akuntansi Prabumulih*, 6(1), 73.
- Mahfudhoh, A. (2022). *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Dolopo Madiun*. Institut Agama Islam negeri Ponorogo.
- Mahmoud A, E.-G. (2001). An Economic Explication of the Prohibition of Gharar in Classical Islamic Jurisprudence. *Islamic Economic Studies*, 8(2), 29–58.
- Muhammad. (2014). *Etika Bisnis Islam*. UUP AMP YKPN.
- Muhammad Mufid Abdurrahman, A. A. M. (2023). Sistem Ekonomi Islam Dan Kesejahteraan Masyarakat. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethic and Science Histories*, 1(1), 141.
- Muhammad Ridwan, A. F. (2021). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Deepublish.
- Muhammad Roby Kaharudin, L. M. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pasar Tradisional Prabumulih. *Jurnal Manajemen & Akuntansi Prabumulih*, 6(1), 75.
- Muyassarrah, M. F. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang dalam Menjamin Kestabilan Harga dan Daya Beli Masyarakat di Masa New Normal. *Jurnal Inovasi*, 17(2), 335.
- Nur Kholis, A. M. (2018). *Transaksi dalam Ekonomi Islam*. Penerbit Quantum Madani.
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Management* (Edisi 15). Perason.
- Rahim, A. R. (2020). *Cara Praktis Penulisan Karya Ilmiah*. Zahir Publishing.
- RI, K. A. (2020). *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahan*. Al-Qur'an Al-Qosbah.
- Sihbudi, R. (2019). *Sejarah dan Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Alfabeta.
- Siregar, B. G. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. CV. Merdeka Kreasi

Group.

Subandi, B. (2014). *Etika Bisnis Islam*. UINSA Pres.

Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif (Cet IX)*. PT Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT Alfabeta.

Suhendi, H. (2019). *Fiqh Muamalah (Edisi 1)*. Rajawali Pers.

Suryana. (2016). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.

Sutedi, A. (2014). *Pasar Modal Syariah: Sarana Investasi Keuangan Berdasarkan Prinsip Syariah*. Sinar Grafika.

Tasmara, T. (2020). *Membangun Etos Kerja Islami*. Gema Insani.

Widiyanti, S. (2017). *Dasar-Dasar Perdagangan*. PT Raja Grafindo Persada.

Winani, E. W. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*. Bumi Aksara.

Zuhaily, W. Al. (2022). *Al Fiqh Al Islami Wa Adillatahu*. Dar al-Fikr al_Mu'ashir.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. DATA PRIBADI

1. Nama : Reza Riadi Fauzan
2. Nim : 19 402 002 15
3. Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidimpuan, 29 Juni 2001
4. Anak ke : 2 dari 3 bersaudara
5. Jenis Kelamin : Laki-laki
6. Kewarganegaraan : WNI
7. Status : Belum Menikah
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : JL. Merdeka Gg. Koga No. 1A
RT/RW : 000/000
Kel/Desa : WEK I
Kecamatan : Padangsidimpuan Utara
10. Telp/HP : 0812-6341-8505
11. e-mail : rezariadi.29psp@gmail.com

II. IDENTITAS ORANG TUA

1. Ayah
 - a. Nama : Yesriadi Koto
 - b. Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidimpuan, 07 Juni 1972
 - c. Pekerjaan : Wiraswasta
 - d. Alamat : JL. Merdeka Gg. Koga No. 1A
 - e. Telp/HP : -
2. Ibu
 - a. Nama : Nila Khairani
 - b. Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidimpuan, 08 September 1972
 - c. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
 - d. Alamat : JL. Merdeka Gg. Koga No. 1A
 - e. Telp/HP : -

III. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 200111 : 2007-2013
2. MTS N 1 Padangsidimpuan : 2013-2016
3. SMA N 1 Padangsidimpuan : 2016-2019
4. Universitas Islam Negeri
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan : 2019-2025

IV. MOTTO HIDUP

“Jangan ragu mengambil peluang walaupun belum tahu hasilnya”

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir perkuliahan Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan tahun 2024 dengan bentuk tugas akhir skripsi. Sebab itu diharapkan pada bapak/ibu informan sudi kiranya memberikan informasi yang baik dan jelas kepada peneliti, atas perhatiannya terimakasih.

Judul: Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Ucok Kodok dan Pajak Batu Padangsidimpuan

1. Identitas Informan

Nama :

Alamat:

2. Pertanyaan Untuk Pedagang Daging

- a. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana sikap yang harus diterapkan dalam berdagang agar sesuai dengan etika bisnis Islam?
- b. Apa pemahaman Bapak/Ibu tentang etika bisnis Islam dalam berdagang daging?
- c. Menurut Bapak/Ibu, apa kunci utama dalam berdagang sesuai etika bisnis Islam?
- d. Bagaimana strategi yang Bapak/Ibu terapkan dalam berjualan daging agar konsumen merasa puas?
- e. Bagaimana Bapak/Ibu menjaga kepercayaan pelanggan terkait stok dan kualitas daging yang dijual?
- f. Dari mana Bapak/Ibu mendapatkan daging yang dijual? Apakah Bapak/Ibu ikut melihat langsung proses penyembelihan hewan tersebut?
- g. Apakah Bapak/Ibu pernah menjual daging yang sudah lama? Bagaimana jika pembeli ingin melihat langsung proses penyembelihan hewan di peternakan?

- h. Bagaimana jadwal berdagang Bapak/Ibu sehari-hari? Apakah ada waktu khusus yang Bapak/Ibu gunakan untuk beribadah?
- i. Bagaimana cara Bapak/Ibu mempromosikan dagangan dan menentukan harga daging yang dijual?
- j. Apakah Bapak/Ibu selalu memberikan informasi lengkap tentang kualitas daging kepada pembeli?
- k. Bagaimana Bapak/Ibu menyikapi saat pembeli ingin menawar harga?
- l. Bagaimana Bapak/Ibu menentukan harga daging saat bertransaksi? Apakah harga bisa berubah tergantung situasi tertentu?
- m. Bagaimana proses transaksi jual beli daging yang Bapak/Ibu lakukan?
- n. Apakah Bapak/Ibu memberikan fasilitas utang kepada pembeli? Jika iya, kepada siapa?

Pembimbing Wawancara

Nama Dosen

NIDN.

DOKUMENTASI

Dokumentasi Setelah melakukan wawancara di rumah bapak Ali Akbar selaku Pedagang di Pasar Ukok Kodok



Dokumentasi setelah melakukan wawancara di rumah bapak Sholeh Simatupang selaku pedagang di pasar pajak batu



Dokumentasi setelah melakukan wawancara dengan bapak Hendrianto Pane selaku pedagang daging

