



**PERILAKU PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL SENTRA
ANTASARI BANJARMASIN DALAM PERSPEKTIF ETIKA
BISNIS ISLAM**

Oleh:

M. Rasyid Hidayat dan Amelia Rahmaniah
Fakultas Syariah
Universitas Islam Negeri Antasari
e-mail: amelia.rahmaniah@uin-antasari.ac.id

Abstrak

Penelitian ini akan membahas tentang etika bisnis islam dalam berdagang di Pasar Sentra Antasari, Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Penelitian ini bersifat lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis. Hasil penelitian menemukan bahwa para pedagang di pasar tradisional Sentra Antasari Banjarmasin sebagian telah menerapkan etika bisnis Islam ketika mereka berdagang, hal ini bisa dilihat bahwa mereka tidak menyembunyikan cacat dan adil dalam timbangan, mereka tidak memaksa pembeli untuk membeli dan tidak melarang pedagang lain untuk berjualan yang sama di samping mereka, mereka menepati janji dan bertanggungjawab atas kualitas barang dagangannya, dan mereka memberikan kelonggaran waktu bagi pelanggan yang berutang. Di samping itu penelitian ini juga menemukan adanya pedagang yang melalaikan sholat wajib dan adanya pedagang yang tidak ramah terhadap pelanggan.

Kata kunci: *Perilaku Pedagang, Prinsip Bisnis Islam.*

Abstract

This research will discuss Islamic business ethics in trading at Antasari Sentra Market, Banjarmasin, South Kalimantan. This research is a field (field research) with qualitative methods which are done descriptively analysis. The results of the study found that traders in the Banjarmasin traditional

market, Antasari Sentra partly have implemented Islamic business ethics when they trade, it can be seen that they do not hide flaws and are fair in the scales, they do not force buyers to buy and do not prohibit other traders to sell the same next to them, they keep their promises and are responsible for the quality of their merchandise, and they provide respite for customers who owe. Besides, this study also found that there were traders who neglected the obligatory prayer and the presence of traders who were not friendly to customers.

Keywords: Trader Behavior, Islamic Business Principles.

Pendahuluan

Pasar selama ini mempunyai fungsi yang penting dalam kehidupan masyarakat sehari – hari. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, tetapi juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Para ahli ekonomi menghasilkan penelitian sebuah pasar sebagai sekumpulan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas suatu produk tertentu atau kelompok produk tertentu misalnya, pasar perumahan, pasar besar dan lain-lain.¹

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.² Perdagangan mempunyai peran yang penting dalam menggerakkan roda perekonomian, salah satu alasannya ialah karena tidak seorangpun dapat memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Dalam Islam profesi sebagai pedagang sangat dianjurkan. Berdagang merupakan profesi yang mulia, karena berdagang merupakan salah satu bentuk ibadah dimana kegiatan yang dilakukan tidak hanya untuk kepentingan sendiri melainkan kepentingan orang banyak.

Pasar sesuai dengan perkembangannya, ada yang disebut dengan pasar tradisional dan ada yang disebut

¹Akhmad Mujahiddin, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007, h.143.

²Peraturan Presiden RI. No.112, *penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusatperbelanjaan dan took modern*, 2007. www.bpkp.go.id

dengan pasar modern. Pasar tradisional biasanya menampung banyak penjual, dilaksanakan dengan manajemen tanpa perangkat teknologi modern dan mereka lebih memiliki golongan pedagang menengah ke bawah dan tersebar, baik di kampung-kampung, kota-kota kecil dan kota-kota besar dengan masa operasi rata-rata dari subuh sampai siang atau sore hari.

Seiring dengan perkembangan zaman, yang ditandai dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat menimbulkan persaingan bisnis semakin tinggi. Dengan persaingan yang begitu tinggi para pelaku bisnis menggunakan segala cara untuk mendapat keuntungan bahkan para pelaku bisnis sering mengabaikan etika dalam menjalankan bisnis. Masalah yang rawan terjadinya penyimpangan adalah pasar tradisional. Perilaku menyimpang ditemukan di pasar tradisional antara lain pengurangan takaran dan timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk, dan penjualan barang haram.³

Pembeli atau konsumen sangat mendambakan adanya ketentraman dan keseimbangan dalam menjalankan transaksi perdagangan khususnya di pasar tradisional yang dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari penipuan dan kecurangan.

Kejujuran merupakan pondasi awal dalam etika berdagang. Maraknya kasus penipuan atau pengurangan timbangan atau tidak adanya harga yang transparan menimbulkan kerugian pada pihak konsumen.

Etika bisnis Islam bertujuan untuk mengajarkan manusia menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan *syari'ah*.⁴ Etika bisnis dalam Islam juga berfungsi sebagai *controlling* (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini

³ Ema Mardiyah, Asep Suryanto, *Analisis Penerapan Etika Bisnis Syari'ah di Pasar Tradisional Singapura Kab. Tasikmalaya*, Fakultas Ekonomi Universitas tasikmalaya, 2010, h. 2

⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997, h. 5

dalam praktek kehidupan masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk, jahat, seperti pihak yang menzalimi dan terzalimi.⁵

Di kota Banjarmasin terdapat banyak pasar tradisional yang salah satunya adalah pasar tradisional Sentra Antasari Banjarmasin. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian di pasar ini karena pasar ini adalah pasar yang heterogen yang menjual beragam macam barang dagangan, sehingga penulis ingin mengetahui perilaku pedagang apakah sudah sesuai dengan apa yang telah diatur dalam etika bisnis Islam. Menurut pengamatan sementara yang di lakukan penulis kepada pedagang pasar bahwa ada pedagang ketika melayani pembeli tidak bersikap ramah atau murah hati dengan ditandai pelayanan dengan mimik yang judes. Melihat permasalahan tersebut penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui “Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam.”

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif. Metode Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka.⁶ Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah etika bisnis Islam

Sumber data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari lapangan atau tempat penelitian dengan mengamati dan mewawancarai langsung kepada 5 orang pedagang di pasar tradisional Pasar Sentra Antasari Banjarmasin, yang terdiri dari pedagang

⁵ Muslich, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Ekonisia, 2004, cet. 1, h. 29

⁶ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 13.

sembako, gorengan, sayur-sayuran, buah-buahan, dan rempah-rempah.

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, yaitu pengamatan yang dilakukan secara sistematis mengenai fenomena sosial yang kemudian dilakukan pencatatan oleh peneliti sesuai dengan format yang diobservasikan. Observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah mengenai perilaku pedagang yang ada di Pasar Sentra Antasari Banjarmasin, kemudian melakukan perbandingan terkait dengan unsur-unsur etika bisnis Islam yang terdapat dalam al Quran ataupun yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw, apakah telah diterapkan atau tidak, oleh para pedagang yang ada di Pasar Sentra Antasari Banjarmasin. Peneliti juga melakukan wawancara dalam menggali data. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara mendalam dan terstruktur. Wawancara mendalam maksudnya peneliti mengajukan beberapa pertanyaan secara mendalam yang berhubungan dengan fokus permasalahan, sehingga dengan wawancara mendalam data-data bisa terkumpul semaksimal mungkin. Sedangkan wawancara terstruktur maksudnya bahwa dalam penelitian ini, peneliti menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan.⁷

Setelah data terkumpul kemudian peneliti melakukan reduksi data selanjutnya menyajikan data dan kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

Landasan Teoritis Etika Bisnis Islam

Manusia merupakan makhluk yang begitu terikat pada moral-moral yang berlaku dalam masyarakat, termasuk moral ekonomi. Semua perilaku individu, termasuk perilaku ekonomi, harus merujuk kepada norma-norma moral yang terdapat pada masyarakat.⁴

Menurut Purwanto yang dikutip oleh Zakiyah dan Bintang Wirawan, perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara

⁷ Muh.Khalifah Mustamin Dkk, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Makassar : CV. Berkah Utami, 2009), h. 94-95.

berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datanginya dari luar maupun dari dalam dirinya.⁸ Sedangkan pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjalan, usaha kerajinan, atau usaha pertukaran kecil, pedagang juga bisa di artikan orang yang dengan moral relatif bervariasi yang berusaha di bidang produksi dan penjualan barang atau jasa – jasa untuk memenuhi kebutuhan kelompok masyarakat.⁹

Perilaku dipengaruhi oleh sikap. Sikap sendiri dibentuk oleh sistem nilai dan pengetahuan yang dimiliki manusia. Maka kegiatan apapun yang dilakukan manusia hampir selalu dilatarbelakangi oleh pengetahuan pikiran dan kepercayaannya. Perilaku ekonomi yang bersifat subyektif tidak hanya dapat dilihat pada perilaku konsumen, tetapi juga perilaku pedagang. Sama halnya dengan perilaku konsumen, perilaku pedagang tidak semata-mata dipengaruhi oleh pengetahuannya yang bersifat rasional tetapi juga oleh sistem nilai yang diyakini. Wirausaha juga mendasari perilaku ekonominya dengan seperangkat etika yang diyakini. Karena itu perilaku ekonomi wirausaha tidak semata-mata mempertimbangkan faktor benar dan tidak benar menurut ilmu ekonomi dan hukum atau berdasarkan pengalaman, tetapi juga mempertimbangkan faktor baik dan tidak baik menurut etika.

Etika bisnis Islam menurut Mustaq Ahmad adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia dalam perdagangan yang meliputi baik perdagangan barang maupun perdagangan jasa yang mengacu pada al-Quran dan Hadits.

Etika bisnis Islam mempunyai beberapa prinsip. Prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya).¹⁰ Prinsip-prinsip tersebut adalah:

⁸Zakiyah dan Bitang Wirawan, *Pemahaman Nilai-Nilai Syari'ah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)*, Jurnal Sociologie, Vol.1, h. 331.

⁹Ifani Damayanti, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tinggi Rendahnya Pendapatan Pedagang Kak Lima*, (Hasil penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Sebelah Maret Surakarta, 2011).

¹⁰Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta:Balai Pustaka, 2005, h. 896.

a. Prinsip *Unity* (Tauhid)

Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah Swt sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.¹¹ Dari konsep tauhid mengintegrasikan aspek religius, dengan aspek-aspek lainnya, seperti ekonomi, akan mendorong manusia ke dalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dalam dirinya, dan selalu merasa diawasi oleh Tuhan. Dalam konsep ini akan menimbulkan perasaan dalam diri manusia bahwa ia akan merasa direkam segala aktivitas kehidupannya, termasuk dalam aktivitas ekonomi. Karena Allah Swt mempunyai sifat Raqib (Maha Mengawasi) atas seluruh gerak langkah aktivitas kehidupan makhluk ciptaan-Nya.¹²

b. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*)

Keseimbangan adalah menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Prinsip kedua ini lebih menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Hal itu disebabkan karena lebih banyak berhubungan dengan sesama. Prinsip keseimbangan (*Equilibrium*) yang berisikan ajaran keadilan merupakan salah satu prinsip dasar harus dipegang oleh siapapun dalam kehidupannya.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*ikhtiar/free will*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah Swt menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepenuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah Swt, ia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan, dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih. Tidak seperti halnya ciptaan Allah Swt yang lain di alam semesta, ia dapat memilih perilaku etis ataupun tidak etis yang akan ia jalankan.

¹¹Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, h. 89.

¹²Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, h. 13

Pasar Islami harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi adanya pendistribusian kekuatan ekonomi dalam sebuah mekanisme yang proporsional. Namun, dalam Islam tentunya kehendak bebas dan berlaku bebas dalam menjalankan roda bisnis harus benar-benar dilandaskan pada aturan-aturan syariah. Tidak diperkenankan melakukan persaingan dengan cara-cara yang kotor dan bisa merugikan orang banyak.

d. Prinsip Pertanggung Jawaban (*responsibility*)

Dalam dunia bisnis pertanggungjawaban juga sangat penting. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya, semuanya harus dipertanggungjawabkan sesuai dengan aturan yang berlaku.¹³

e. Prinsip Kebajikan (*Ihsan*)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang memberikan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah Swt, jika tidak mampu yakinlah bahwa Allah Swt melihat.¹⁴

Dalam pandangan Islam sikap ini sangat dianjurkan. Aplikasinya, menurut al-Ghazali terdapat tiga prinsip pengejawantahan kebajikan: Pertama, memberi kelonggaran waktu kepada pihak terutang untuk membayar utangnya, jika perlu mengutang utangnya. Kedua, menerima pengembalian barang yang sudah dibeli. Ketiga, membayar utang sebelum waktu penagihan tiba.

¹³ Johan Arifin, *Etika Bisnis Slami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 144

¹⁴Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004, h. 42.

Etika Bisnis Pedagang Sentra Antasari

Perilaku pedagang merupakan suatu sikap atau tindakan seseorang dalam melakukan sebuah perdagangan. Dalam penelitian ini penulis mengambil 5 informan dari pedagang di pasar tradisional Sentra Antasari Banjarmasin. Berikut ini adalah penjelasan tentang perilaku pedagang:

a. Prinsip Tauhid (*Unity*)

Pada konsep ini seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak Allah Swt. Namun, di lain pihak konsep ini juga sangat memperhatikan eksistensi manusia sebagai makhluk hidup dan bersama – sama dengan manusia lain menjadi satu kesatuan yang diikat dengan ketaatan kepada satu yaitu Allah Swt.

Wujud dari ketaatan kepada Allah Swt yang dilakukan oleh pedagang dari 5 informan yang meliputi pedagang sembako, sayur-sayuran, buah-buahan, rempah – rempah, dan pedagang gorengan yaitu dengan melaksanakan shalat tepat waktu. Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh salah satu informan A pedagang sembako bentuk ketaatan kepada Allah Swt dengan melaksanakan shalat tepat waktu. Beliau mengatakan bahwa:

“Ketika telah mendekati dzuhur maka kita akan beristirahat dan tutup jualan , istirahat dan mempersiapkan ibadah.”¹⁵

Selain itu, informan E pedagang rempah-rempah juga melaksanakan bentuk ketaatan kepada Allah Swt dengan menutup aurat sebagaimana yang Allah Swt. firman dalam QS. Al-Ahzab ayat 59.

“...Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuhnya...”

Akan tetapi masih banyak pedagang dari 5 informan yang lalai dalam menjalankan shalat tepat waktu. Seperti yang dilakukan oleh informan D pedagang buah-buahan mengatakan bahwa:

¹⁵ Wawancara dengan Informan A Pedagang Sembako, Pada Tanggal 3 April 2019.

“Saya berjualan terkadang bisa sampai jam 10 malam baru tutup dan beristirahat.”¹⁶

Hal ini juga di katakan oleh informan B pedagang gorengan beliau mengatakan bahwa:

“Saya akan pulang istirahat jika jualan telah habis atau tidak ada lagi pelanggan sama sekali.”¹⁷

Menurut peneliti perilaku yang di tunjukkan informan D kurang tepat, seharusnya informan D lebih dahulu menjalankan shalat dan beristirahat dibandingkan melayani pembeli dan berjualan sampai lupa waktu dan keadaan diri sendiri.

Perilaku yang dilakukan oleh kedua informan tersebut terbilang lalai dalam menjalankan shalat walaupun kedua informan tetap melaksanakan shalat.

b. Prinsip Keseimbangan (keadilan/ *Equilibrium*)

Sikap atau perilaku keseimbangan atau keadilan telah dilakukan oleh 5 informan, perilaku adil yang diwujudkan pedagang dengan adil dalam takaran atau timbangan. Dalam menimbang atau menakar harus berlandaskan dengan kejujuran. Namun takaran atau ukuran setiap informan berbeda. Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh informan C pedagang sayur-sayuran. Selain itu, informan E pedagang rempah-rempah dan informan A pedagang sembako, mereka mengartikan keadilan dengan mendahulukan pembeli yang datang terlebih dahulu.

Perilaku keseimbangan juga dilakukan oleh para pedagang berupa tidak menyembunyikan cacat barang yang ditawarkan kepada calon pembeli atau pembeli. lima informan memberitahu tentang spesifikasi dari barang yang akan dijual kepada pembeli agar pembeli tidak merasa kecewa dengan pilihan barang yang dibeli.

c. Prinsip Kehendak Bebas (*ikhtiar/ free will*)

Prinsip kehendak bebas yang diwujudkan 5

¹⁶ Wawancara dengan Informan D Pedagang Buah-buahan, Pada Tanggal 3 April 2019.

¹⁷ Wawancara dengan Informan B Pedagang Gorengan, Pada Tanggal 3 April 2019.

informan dengan memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya serta tidak memberikan harga di bawah harga standar untuk menarik pembeli. Sebagaimana yang dilakukan oleh informan A pedagang sembako, beliau memberikan kebebasan penjual lain untuk berjualan di dekatnya dan dalam menetapkan harga sesuai dengan harga di pasaran. Seperti yang dikatakan beliau:

“Ya biasanya memang begitu, saya tidak masalah dengan orang yang berjualan di samping saya walaupun jualan tersebut sama.”¹⁸

Selain contoh di atas, prinsip kehendak bebas diartikan sebagai tidak memaksa pembeli. 5 informan pedagang memberi kebebasan kepada pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan selera dan memberikan informasi yang cukup mengenai harga dan kondisi barang. Seperti yang dilakukan oleh informan D pedagang buah-buahan:

“Memilah-milah buah yang hampir busuk dan tidak dicampur dengan buah yang baik, dan buah yang hampir busuk tersebut diletakan dibagian depan dengan tempat yang khusus.”

d. Prinsip pertanggungjawaban (*responsibility*)

Prinsip pertanggungjawaban yang dilakukan oleh 5 informan adalah dalam hal pemenuhan janji dengan pembeli. Dalam hal pemenuhan janji para informan memastikan kepada pembeli jumlah barang yang dipesan dan waktu perjanjian.

Selain itu, bentuk perilaku tanggungjawab juga diwujudkan dengan tanggungjawab atas kualitas barang yang dijual.

e. Prinsip *Ihsan*

Prinsip *ihsan* dilaksanakan dengan kemurahan hati yaitu dengan memberikan tenggang waktu pembayaran jika pembeli belum dapat membayar kekurangan.

Sebagaimana yang dilakukan. Informan C

¹⁸ Wawancara dengan Informan A Pedagang Sembako, Pada Tanggal 3 April 2019.

pedagang sayuran mengatakan bahwa:

“Saya memberi tanggungan waktu apabila pembeli tidak dapat membayar secara tunai. saya percaya kepada pembeli bahwa pembeli akan membayarnya. Tetapi dalam memberikan tanggungan saya memilih orang yang saya percaya dan melihat karakter pembeli seperti pembeli yang sudah menjadi langganan saya.”¹⁹

Dan informan D pedagang buah dan E pedagang rempah-rempah juga mengatakan:

“Boleh saja ngutang disini jika orang itu pelanggan tetap saya.”²⁰

Prinsip *ihsan* dilaksanakan dengan motif pelayanan yang diaplikasikan dalam bentuk pelayanan kepada pembeli. Seperti yang dikatakan informan E pedagang rempah-rempah, beliau mengatakan bahwa:

“Yang terpenting dalam berdagang itu ialah jujur dan ramah, maka pelanggan akan senang dengan pelayanan kita”

Lain hal yang dilakukan informan A pedagang sembako, berdasarkan kaca mata pengamatan peneliti, bahwa informan A:

“Tidak terlalu memperdulikan orang lain (tidak membuat kenyamanan pada pembeli), dan hanya fokus terhadap apa yang pelanggan beli kemudian diserahkan.”

Sikap kebajikan dalam bisnis dapat diartikan dan ditunjukkan para pedagang dengan sikap keramahan kepada calon pembeli. Dalam melayani pembeli pedagang dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik demi mewujudkan kepuasan terhadap pembeli. Bentuk pelayanan yang baik dengan bersikap ramah kepada calon pembeli. Dengan bersikap ramah, calon pembeli tak segan-segan untuk sekedar mampir bahkan akan membeli barang dagangan yang ditawarkan oleh pedagang.

¹⁹ Wawancara dengan Informan C Pedagang Sayuran, Pada Tanggal 3 April 2019.

²⁰ Wawancara dengan Informan E Pedagang Rempah-rempah, Pada Tanggal 3 April 2019.

Akan tetapi, sikap yang ditunjukkan para pedagang berbeda-beda ketika melayani pembeli yang suka marah atau membanding-bandingkan harga. Seperti halnya oleh informan A pedagang sembako yang tidak terlalu memperdulikan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan para pedagang di pasar tradisional Sentra Antasari Banjarmasin, tentang perilaku pedagang dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 1: Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin

Nama Pedagang	Tauhid	Keseimbangan	Kehendak Bebas	Tanggung Jawab	Kebajikan (Ihsan)
Informan A	Tidak Melalaikan shalat wajib	Tidak Menyembunyikan cacat barang dagangan	Tidak memaksa pembeli dan mempersilahkan pedagang lain berjualan yang sama di sampingnya	Menepati janji dan tanggungjawab atas kualitas barang dagangan	Memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang namun tidak ramah terhadap pelanggan
Informan B	Melalaikan shalat wajib	Tidak Menyembunyikan cacat barang dagangan	Tidak memaksa pembeli dan mempersilahkan pedagang lain berjualan yang sama disampingnya	Menepati janji dan tanggungjawab atas kualitas barang dagangan	Memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap pelanggan

Informan C	Melalaikan shalat wajib	Tidak Menyembunyikan cacat dan adil dalam timbangan	Tidak memaksa pembeli dan mempersilahkan pedagang lain berjualan yang sama disampingnya	Menepati janji dan tanggungjawab atas kualitas barang dagangan	Memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap pelanggan
Informan D	Melalainkan shalat wajib	Tidak Menyembunyikan cacat dan adil dalam timbangan	Tidak memaksa pembeli dan mempersilahkan pedagang lain berjualan yang sama disampingnya	Menepati janji dan tanggungjawab atas kualitas barang dagangan	Memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap pelanggan
Informan E	Tidak melalaikan shalat wajib dan melaksanakan syariat menutup aurat	Tidak Menyembunyikan cacat dan adil dalam timbangan	Tidak memaksa pembeli dan mempersilahkan pedagang lain berjualan yang sama disampingnya	Menepati janji dan tanggungjawab atas kualitas barang dagangan	Memberi kelonggaran waktu kepada pihak terhutang dan ramah terhadap pelanggan

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa sebagian pedagang di pasar tradisional Sentra Antasari Banjarmasin sudah menerapkan etika bisnis Islam ketika berdagang, sedangkan sebagian belum menerapkan. Adapun perilaku pedagang di pasar tradisional Sentra Antasari Banjarmasin dalam menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam adalah:

1. Prinsip tauhid yang diwujudkan para pedagang meliputi menjalankan shalat wajib tepat waktu, dan melaksanakan

syariat Allah Swt seperti berhijab telah dilaksanakan para pedagang, namun masih ada pedagang yang tidak tepat waktu dalam menjalankan ibadah shalat wajib.

2. Prinsip keseimbangan berupa adil dalam timbangan atau takaran dan tidak menyembunyikan cacat, sudah diterapkan oleh semua informan.
3. Prinsip kehendak bebas diwujudkan para pedagang meliputi memberikan kebebasan pedagang baru yang ingin berjualan di dekatnya dan tidak memaksa pembeli untuk mendapatkan barang yang diinginkan pembeli, sudah diterapkan oleh semua informan.
4. Pertanggungjawaban, diwujudkan para pedagang yang meliputi menepati janji dan tanggung jawab terhadap kualitas barang dagangan, sudah diterapkan oleh semua informan.
5. Dan prinsip ihsan, diwujudkan para pedagang mewujudkan antara lain bersikap ramah dan sabar, namun masih ditemukan adanya pedagang yang tidak bersikap ramah dan sopan kepada pembeli. Selain itu, bentuk ihsan diwujudkan dengan memberikan waktu tenggang pembayaran, perilaku tersebut sudah diterapkan oleh semua informan.

Daftar Pustaka

Buku:

- Mujahiddin, Akhmad, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007).
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009)
- Beekun, Rafik Issa, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2006)
- Mustamin, Muh. Khalifah. Dkk, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Makassar : CV. Berkah Utami, 2009).
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press).
- Muslich, *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Ekonisia, 2004, cet. 1)

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

Wawancara:

Wawancara dengan Informan A Pedagang Sembako, Pada Tanggal 3 April 2019.

Wawancara dengan Informan B Pedagang Gorengan, Pada Tanggal 3 April 2019.

Wawancara dengan Informan C Sayur-sayuranan, Pada Tanggal 3 April 2019.

Wawancara dengan Informan D Pedagang buah-buahan, Pada Tanggal 3 April 2019.

Wawancara dengan Informan E Pedagang Rempah-rempah, Pada Tanggal 3 April 2019