

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis penerapan etika bisnis islam dan dampaknya terhadap kemajuan usaha dagang di pasar Gamping dapat disimpulkan bahwa :

1. Pedagang yang ada di pasar Gamping telah menerapkan etika bisnis islam pada aktivitas bisnisnya. Ditinjau dari segi penerapan konsep tauhid, tazkiyah, khilafah dan juga ihsan, maka pedagang yang ada di pasar Gamping telah mengintegrasikan kelima konsep tersebut. Pada penerapan konsep tauhid pedagang yang ada di pasar Gamping telah berkomitmen terhadap pelaksanaan shalat, kemudian juga di solidaritas sosial dan semangat berbagi yang tinggi, yakni mereka selalu menyisihkan sedikit keuntungan dagangannya untuk bersedekah ataupun zakat. Kemudian penerapan pada konsep tazkiyah yakni pedagang yang ada di pasar Gamping memiliki kesadaran yang tinggi akan pemenuhan jumlah takaran, keterbukaan menerima kritik dan juga saran dari orang lain. Selain itu mayoritas pedagang sudah memberikan informasi terkait produk dagangannya. Selanjutnya pada penerapan konsep khilafah pedagang yang ada di pasar Gamping telah menerapkan nilai tanggung jawab, yaitu dengan melakukan pencatatan pemasukan, pengeluaran dan juga utang – piutang, guna untuk memantau keberhasilan atau pun kemajuan usahanya. Selain itu juga

mengutamakan kualitas dan juga kehalalan produk yang di perjual belikan. Dan kemudian pada konsep ihsan (kebaikan kepada orang lain), yang mana pedagang yang ada di pasar Gamping menerapkan hal tersebut apabila konsumen memiliki utang dan mengembalikannya setelah jatuh tempo maka para pedagang akan tetap menerima dengan baik, dan juga apabila konsumen melakukan pengembalian barang yang telah dibeli maka para pedagang tetap menerimanya dan mengganti dengan barang yang baru. Dengan demikian artinya penerapan etika bisnis islam di pasar Gamping telah diterapkan.

2. Penerapan etika bisnis islam memiliki dampak positif terhadap kemajuan usaha dagang di pasar Gamping. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu: aspek pemasaran, manajemen dan SDM, dampak lingkungan, sosial dan finansial. Pada aspek pemasaran para pedagang yang ada di pasar Gamping berhasil memasarkan produknya ke masyarakat setempat dan ke pasar – pasar lain di Yogyakarta maupun ke usaha rumahan. Selanjutnya pada konsep manajemen dan SDM ditandai dengan tingginya tingkat kejujuran SDM dan juga seluruh aktivitas dagangnya, sehingga para konsumen percaya akan produk yang diperjualbelikan. Kemudian pada aspek dampak lingkungan pedagang telah meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan, yakni dengan memanfaatkan kembali sisa dagangan yang tidak digunakan lagi sebagai pakan ternak, sehingga saling menguntungkan, antara pedagang dan juga peternak. Pada aspek sosial

pedagang telah mampu memberikan kontribusi dalam hal tersebut jika dilihat kembali dari konsep ihsan. Dan kemudian pada aspek finansial pedagang mengalami kemajuan dan memiliki prospek bisnis untuk masa depannya.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas, untuk kemajuan dan pengembangan bisnis di pasar Gamping maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Melihat penerapan etika bisnis islam di pasar Gamping yang sudah baik, diharapkan kepada para pedagang senantiasa mempertahankan, bahkan meningkatkan lagi penerapan Etika Bisnis Islam.
2. Melihat penerapan etika bisnis islam berdampak positif terhadap kemajuan dagang, artinya masyarakat percaya akan pelayanan ataupun kualitas produk di pasar Gamping, maka para pedagang di harapkan untuk selalu menjaga kepercayaan tersebut.
3. Hasil penelitian di harapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan, para peneliti selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian dengan memperluas area penelitian dan juga memperluas pokok bahasan masalah.
4. Untuk para pedagang yang lain, diharapkan bisa mencontoh penerapan etika bisnis islam seperti pasar Gamping, sehingga

usaha yang dijalankan akan memiliki kemajuan, mendapatkan keuntungan, juga mendapatkan keberkahan di dalam usahanya.