

**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DAN DAMPAKNYA  
TERHADAP KEMAJUAN USAHA DAGANG  
( STUDI KASUS DI PASAR GAMPING )**

**Oleh:**

**Nunung Indra Lestari**

**Muhsin Hariyanto**

*Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Jl. Lingkar Selatan, Taman Tirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta,  
55183*

*Email: [nunungindra28@gmail.com](mailto:nunungindra28@gmail.com)*

*[muhsin@umy.ac.id](mailto:muhsin@umy.ac.id)*

**Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis islam dalam transaksi jual beli jika di tinjau dari prinsip – prinsip etika bisnis islam dan juga untuk mengetahui dampak penerapan etika bisnis islam terhadap kemajuan usaha dagang di pasar Gamping. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pedagang yang ada di pasar Gamping. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang yang ada di pasar Gamping sudah menerapkan etika bisnis islam pada aktivitas bisnisnya. Hal tersebut di lihat dari komitmen pedagang terhadap Allah SWT dan produknya, semangat berbagi, kesadaran pemenuhan takaran, tanggung jawab, keterbukaan menerima kritik dan saran dari orang lain, menerima pengembalian barang yang sudah dibeli dan juga menerima pengembalian utang setelah jatuh tempo. Penerapan etika bisnis islam di pasar Gamping memiliki dampak positif terhadap kemajuan usaha dagang jika di lihat dari aspek kelayakan bisnis, yakni aspek pemasaran, manajemen dan SDM, lingkungan, sosial dan finansial.*

***Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Usaha Dagang, Pedagang di Pasar Gamping***

**Abstract**

*This research aimed at analyzing the implementation of islamic business ethics in transaction if it was seen from the principles of islamic business ethics towards the trading business advancement in Gamping market. The research was qualitative in nature with data collecting technique using questionnaire, interview, and documentation. The source of information in the research was the sellers in Gamping market. The result of the research showed that the sellers in Gamping market had already implemented islamic business ethics in their business activities. It was observed from the commitment of the sellers to Allah SWT and their products, the spirit of sharing, the awareness of fulfilling the measure, the responsibility, the openness to accept criticism and suggestion from*

*other people, the acceptance for the returned goods purchased and also taking returned debt after due date. The implementation of islamic business ethics in Gamping market had positive effect towards the trading business advancement if it was observed from business feasibility aspects, i.e. aspects of marketing, management and human resource, environment, social and financial.*

***Keywords: Islamic Business Ethics, Trading Business, Sellers in Gamping Market***

## **PENDAHULUAN**

Ekonomi Islam merupakan ekonomi yang bertujuan untuk mewujudkan kemakmuran manusia karena didalamnya sarat dengan nilai-nilai dan juga arahan ilahiyah yang bersumber pada al - Quran dan as-Sunnah. Dalam hal penerapan ekonomi Islam ini, keimanan seseorang akan sangat berpengaruh karena secara tidak langsung akan mempengaruhi kehidupannya. Dalam penerapan ekonomi Islam terdapat etika-etika yang harus dipatuhi, termasuk dalam ranah bisnis. Seperti yang sudah diterapkan oleh Malaysia, pemerintah berperan sangat aktif dalam peraturan dan juga pengawasan aktivitas bisnis. Lembaga pemerintah yang menangani hal tersebut adalah Jabatan Kemajuan Islam Malaysia atau Departemen Pembangunan Islam Malaysia (JAKIM). Dengan adanya lembaga tersebut maka menjadikan Malaysia sebagai pemimpin dunia dalam ekspansi global pasar halal dalam tiga dekade. Padahal penduduk muslim di Malaysia hanya 50% dari total penduduk Indonesia. Sedangkan Indonesia merupakan penduduk muslim terbesar yang mencapai 87,18% dari total penduduk beragama di Indonesia dengan jumlah mencapai 207 juta jiwa, salah satunya di Yogyakarta pada tahun 2017 mencapai 92% yang tersebar pada lima kabupaten yakni Sleman, Bantul, Gunung Kidul, Kulon Progo dan Kota Yogyakarta. Dimana penduduk muslim terbesar adalah pada Kabupaten Sleman yaitu mencapai 29% atau 959.042 jiwa. Kabupaten sleman memiliki 17 kecamatan, diantaranya adalah Gamping terdiri dari 5 kelurahan, yang salah satunya adalah Ambarketawang dengan jumlah penduduk 19.237 jiwa, dimana mayoritas penduduknya adalah muslim.

Hal ini mengindikasikan jika sebagian besar pelaku ekonomi di Indonesia merupakan masyarakat muslim, baik dari konsumen maupun produsen. Lalu lintas

perekonomian Indonesia di geluti dengan aktivitas jual beli. Salah satu tempat di lakukannya jual beli adalah pasar, dimana terdapat penjual dan juga pembeli sehingga dapat di lakukan transaksi. Yogyakarta memiliki pasar yang terdapat di setiap kabupaten maupun kelurahan. Dimana jumlah pasar yang ada pada setiap kabupaten juga tidak jauh beda banyaknya, akan tetapi jumlah pasar terbanyak yaitu pada kabupaten Sleman mencapai 33 pasar, yang 6 diantaranya yaitu merupakan pasar terbesar, dengan mayoritas penduduknya adalah muslim.

**Gambar 1.4 Pasar terbesar di Kabupaten Sleman**

No	Nama Pasar	Jumlah Pedagang	Jumlah Penduduk Muslim
1	Gamping	1220	82.325
2	Godean	1940	62.895
3	Tempel	1471	53.232
4	Pakem	1085	31.616
5	Sleman	1327	62.499
6	Prambanan	2108	49.447

Sumber : Badan Pusat Statistik ( Data diolah )

Dari data tersebut terlihat bahwa pasar Prambanan merupakan pasar yang memiliki jumlah pedagang paling banyak, akan tetapi jumlah penduduk muslim pada pasar Prambanan hanya mencapai 49.447, atau dapat dikatakan sedikit. (Badan Pusat Statistik, 2017), maka penulis memilih objek penelitian yaitu di pasar Gamping, dengan alasan jumlah pedagang yang cukup banyak, namun tidak hanya di tinjau dari jumlah pedagang, akan tetapi juga jumlah penduduk muslim. Gamping memiliki jumlah penduduk muslim tertinggi, sehingga dapat di katakan bahwa konsumen dan juga produsen di pasar Gamping adalah muslim.

Jumlah pedagang di pasar Gamping mencapai 1220 pedagang . Ditinjau dari banyaknya jumlah pedagang, maka semakin ketat persaingan di dalam pasar tersebut, potensi kecurangan juga tentunya lebih banyak di lakukan oleh para pesaing. dimana mereka bersaing dalam mendapatkan keuntungan yang sebesar besarnya tanpa memikirkan keberkahan dalam berbisnis. Berbagai cara yang dilakukan pedagang tentunya mempunyai dampak terhadap kemajuan usaha dagangnya, walaupun cara yang dilakukan masih ada yang belum sesuai dengan etika bisnis islam.

Di dalam al – Qur’an dan juga dalam praktek kehidupan pasar pada masa Rasulullah dan sahabatnya. Menurut Ibnu Taymiyyah mengatakan bahwa ciri khas kehidupan pasar yang islami yaitu :

- 1) Orang harus bebas keluar masuk pasar. Memaksa orang untuk menjual barang dagangan tanpa ada kewajiban untuk menjual merupakan tindakan yang tidak adil dan ketidakadilan itu di larang.
- 2) Adanya informasi yang cukup mengenai kekuatan – kekuatan pasar dan barang – barang dagangan. Tugas muhtasib adalah mengawasi situasi pasar dan menjaga informan secara sempurna diterima oleh pasar pelaku pasar.
- 3) Unsur – unsur monopolistik harus dilenyapkan dari pasar. Kolusi antar penjual dan pembeli harus dihilangkan. Pemerintah boleh melakukan intervensi apabila unsur monopolistik ini mulai muncul.
- 4) Adanya kenaikan dan juga penurunan harga yang di sebabkan oleh naik turunnya tingkat permintaan dan penawaran.
- 5) Adanya homogenitas dan standarisasi produk agar terhindar dari pemalun produk, penipuan dan kecurangan kualitas barang.
- 6) Terhindar dari penyimpangan terhadap kebebasan ekonomi yang jujur, seperti kecurangan dalam menakar, menimbang, mengukur dan niat buruk dalam perdagangan. Pelaku pasar dilarang menjual barang – barang haram.

Akan tetapi pada kenyataannya masih banyak pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya yang masih mengabaikan etika bisnis islam, misalnya tidak adanya kejelasan tentang spesifikasi dan takaran barang yang di jual, masih ada pedagang yang mengurangi takaran timbangan, ada pedagang yang memonopoli

harga dengan cara menjual barang dagangan lebih murah dari harga pasaran, sehingga menyebabkan para pedagang lainnya terkena imbasnya, menjual barang yang kualitasnya tidak bagus tetapi mengatakan kepada konsumen bahwa barang tersebut berkualitas bagus dan di jual dengan harga yang sama.

Penegakan nilai – nilai moral dalam kehidupan perdagangan pasar harus di sadari secara personal oleh setiap pelaku pasar. Artinya, nilai – nilai moralitas merupakan nilai yang sudah tertanam dalam diri para pelaku pasar. dengan demikian seseorang boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar – besarnya , tetapi di dalam islam bukan sekedar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan. Dalam islam pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal, karena secara teoritis maupun praktis islam menciptakan suatu keadaan pasar yang di bingkai oleh nilai – nilai syariat. Artinya konsep keadilan dalam pasar adalah pasar yang di tumbuhi nilai – nilai syariat seperti keadilan, keterbukaan, kejujuran dan persaingan yang sehat yang merupakan nilai – nilai universal.

Dari berbagai realita yang ada, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan etika bisnis islam dan dampaknya terhadap kemajuan usaha dagang di pasar sentral Ambarketawang Yogyakarta.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini mendeskripsikan fakta yang terdapat di lapangan dan diteliti lebih dalam kemudian dianalisis untuk ditarik menjadi kesimpulan (Sugiyono). Yang bertujuan untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kemajuan usaha dagang di pasar Gamping . Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang berjualan di pasar Gamping kelurahan Ambarketawang . Pengambilan sampel yang dilakukan peneliti menggunakan metode snowball sampling, dimana dalam metode ini meminta informasi dari sampel pertama untuk mendapatkan sampel berikutnya. Penentuan jumlah sampel didalam penelitian ini yakni dengan key informan yaitu pedagang

yang ada di pasar Gamping. Dalam penelitian ini mengambil sepuluh key informan.

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini yakni data primer dan data sekunder. Didalam penelitian ini yang menjadi sumber primer adalah masyarakat yang mempunyai profesi sebagai pedagang di pasar Gamping. Adapun data sekunder dalam penelitian ini yakni dokumentasi dan juga kuisisioner yang di berikan kepada masyarakat pedagang di pasar Gamping.

Kemudian teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ini menggunakan dokumentasi sebagai data awal untuk mengetahui keadaan para pedagang di pasar Gamping sebelum dilakukan pengisian kuisisioner dan juga wawancara. Setelah itu dilakukan penelitian menggunakan kuisisioner, yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan (Arikunto), yakni untuk mengetahui penerapan etika bisnis islam oleh para pedagang secara umum. Kemudian penelitian selanjutnya menggunakan teknik wawancara, sebagai salah satu upaya untuk mendapatkan informasi dengan bertanya langsung kepada narasumber. Menggunakan teknik wawancara tentunya akan lebih banyak mendapatkan informasi tentang penerapan etika bisnis islam oleh para pedagang di pasar Gamping.

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap hasil penelitian penulis menggunakan teknik triangulasi. Metode ini dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam hal ini menulis menggabungkan dan membandingkan hasil wawancara yang menggunakan parameter lebih banyak dan mendalam dengan kuisisioner yang mempunyai data atau responden lebih banyak, kemudian penulis menjabarkan hasil penelitian sehingga menjadi uraian yang rinci, jelas, sistematis dan terpercaya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Penerapan Etika Bisnis Islam**

Dalam menganalisis penerapan Etika Bisnis Islam pada pedagang yang ada di pasar Gamping penulis menggunakan beberapa konsep etika bisnis islam yakni :

a. Konsep Tauhid

Tauhid merupakan konsep yang memadukan aspek keseluruhan, baik aspek agama, ekonomi dan sosial, politik, budaya. Tidak hanya itu akan tetapi juga di dalam berbisnis juga adanya unsur kesatuan antara bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha allah, dan hasil dari suatu bisnis juga merupakan amanah allah dan didalamnya terkandung kewajiban sosial. ( Fatah Santoso ) Maka dari itu sebagai pelaku bisnis seharusnya tidak menyepelekan kewajibannya kepada Allah SWT.

Dalam konsep ini, penulis menggunakan dua poin dasar yaitu, yang pertama adalah komitmen pelaksanaan solat, penerapan komitmen pelaksanaan solat oleh pedagang di pasar Gamping tergolong baik, karena beberapa informan mengatakan bahwa mereka melaksanakan solat lima waktu rutin dan tepat pada waktunya, meskipun beberapa pedagang ada juga yang mengatakan bahwa sudah menjalankan kewajiban solat tetapi tidak tepat waktu, mereka lebih memilih untuk menyelesaikan pekerjaannya terlebih dahulu, di dukung juga melalui hasil penelitian dengan kuisisioner, bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping menyelesaikan pekerjaannya terlebih dahulu dan mengerjakan solat sendiri. Adapun yang menunda pekerjaan terlebih dahulu untuk mengerjakan solat berjamaah. Dan sebagian ada yang menyelesaikan pekerjaan terlebih dahulu lalu solat diakhir waktu. Korelasi antara komitmen pelaksanaan solat dengan etika bisnis islam adalah ketika hamba Allah sudah patuh dan juga tertib dalam menjalankan perintahnya maka juga akan tertib dalam urusan duniawi, misalnya dalam berbisnis. Tertib dalam cara berbisnisnya maupun produk atau barang dagangan yang diperjual belikan.

Yang kedua adalah solidaritas dan semangat berbagi yang tinggi, berdasarkan hasil wawancara didapatkan hasil bahwa Solidaritas sosial dan juga semangat berbagi oleh para pedagang di pasar Gamping dapat

dikatakan sudah baik, hal ini dapat dilihat dari beberapa informan mengatakan bahwa mereka rutin menyisihkan hasil dagangannya untuk berzakat ataupun bersedekah. Semangat berbagi para pedagang yang ada di pasar Gamping tersebut diperkuat dengan hasil penelitian menggunakan kuisioner bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping sudah selalu berbagi kepada yang membutuhkan. Korelasi antara etika bisnis islam dengan konsep tauhid semangat berbagi dengan pedagang di pasar adalah ketika pedagang sudah sadar dan juga peduli dengan kesejahteraan orang lain maka dalam berbisnis dia juga mempertimbangkan kesejahteraan orang lain.

b. Konsep Tazkiyah

Tazkiyah merupakan salah satu nilai dasar dalam etika bisnis islam, dimana konsep tazkiyah meliputi kejujuran, keadilan dan juga keterbukaan seorang pedagang, baik kepada pedagang lain maupun kepada pembeli. Hal ini bertujuan agar salah satu pihak tidak merasa dirugikan oleh pihak lain.

Dalam konsep tazkiyah penulis menggunakan 3 poin dasar, yang pertama adalah kesadaran memenuhi timbangan dan keterbukaan menerima kritik dan juga saran dari orang lain. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan wawancara didapatkan hasil bahwa hampir seluruh informan atau pedagang yang ada di pasar Gamping sangat terbuka untuk menerima kritik dan juga saran yang bertujuan untuk membangun guna kebaikan didalam usahanya. Terutama apabila takaran atau timbangan mereka tidak sesuai. Dari penelitian selanjutnya menggunakan data kuisioner, juga terlihat bahwa pedagang tidak setuju apabila mengurangi jumlah takaran atau timbangan, selain itu mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping ketika mengetahui atau melihat pedagang lain mengurangi timbangan maka mereka akan menegurnya karena hal tersebut tidak baik, dan juga menegur dengan alasan hal tersebut dilarang oleh agama, dengan adanya teguran dari pedagang lain maka akan menjadikan pedagang yang melakukan kecurangan merubah



menjadi lebih baik, guna untuk kemajuan usahanya dan juga tidak merugikan salah satu pihak.

Yang kedua adalah memberi informasi terkait produk dalam penelitian menggunakan teknik wawancara di dapatkan hasil bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping sudah memberi informasi terkait produk, meskipun hal tersebut tidak dilakukan setiap saat oleh pedagang. Berdasarkan penelitian selanjutnya menggunakan kuisisioner, terlihat bahwa mayoritas pedagang sudah memberi informasi terkait jenis dan juga kualitas produk kepada pembeli, sebab hal –hal terkait produk sangat dibutuhkan oleh pembeli, demi kenyamanan pelanggan dan juga kepuasan konsumen dalam berbelanja. karena pembeli wajib tau kualitas barang tersebut terutama bahan pangan, apabila barang tersebut tidak berkualitas maka akan membahayakan bagi kesehatan.

Yang ketiga adalah persaingan secara sehat, bahwa pedagang sangat sadar rezeki hanya berasal dari Allah dan mereka juga sangat terbuka apabila ada pedagang lain yang berjualan sama dengan produk mereka. Hal ini berarti pedagang tidak berusaha untuk memonopoli jenis dagangan yang serupa dengan mereka. Keadaan ini sesuai dengan salah satu teori Santoso bahwa keadilan merupakan kemampuan pelaku bisnis untuk membebaskan penindasan seperti riba dan juga monopoli. Kemudian dari penelitian selanjutnya menggunakan kuisisioner mengenai penerapan persaingan secara sehat, hasil yang didapatkan adalah mereka masih tergantung dengan pedagang lainnya, artinya tergantung pada kondisi persaingan pasar tersebut bagaimana yang dilakukan oleh para pedagangnya, hal ini mencerminkan bahwa belum tertanam secara mutlak nilai keadilan didalam pasar tersebut.

c. Konsep Khilafah

Konsep khilafah yakni manusia mempunyai kebebasan dalam bertahan hidup dan juga mengelola kekayaan alam yang telah Allah berikan. Namun manusia juga tidak dapat semena – mena dalam menjalankan aktivitasnya dan juga didalam bisnisnya meskipun Allah

memberi kehendak bebas terhadap umatnya. Disisi lain manusia juga harus mempertanggung jawabkan seluruh kegiatannya.

Dalam konsep ini penulis menggunakan dua poin dasar yakni yang pertama adalah tanggung jawab. Penerapan tanggung jawab terhadap kegiatan yang dilakukan atau bisnisnya dapat dikatakan bahwa tergolong sudah baik. Mereka sudah melakukan pencatatan terhadap pengeluaran dan juga pemasukan dan juga utang piutang. Mereka melakukan pencatatan pemasukan dan juga pengeluaran karena untuk melihat keuntungan yang mereka dapatkan, selain itu ada pedagang yang diberi amanah dari pemilik usaha untuk melakukan pencatatan sebagai tanggung jawab dalam menjalankan usaha. Kemudian di dukung dari hasil penelitian selanjutnya yaitu menggunakan kuisioner dapat dilihat bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping sudah melakukan pencatatan pengeluaran, pemasukan dan juga utang piutang. Didalam berbisnis sangat diperlukan konsep tanggung jawab terkait pencatatan pemasukan, pengeluaran dan juga utang piutang. Karena hal tersebut dapat memantau pergerakan kemajuan bisnisnya dari waktu ke waktu, selain itu juga meminimalisir terjadinya kerugian di alam bisnis.

Yang kedua adalah kualitas dan kehalalan produk, Penerapan prinsip etika bisnis mengenai kualitas dan juga kehalalan produk merupakan hal utama yang harus di terapkan oleh para pedagang, karena di dalam berdagang tidak hanya memperhatikan harga saja, akan tetapi juga mutu barang yang dijual. Berdasarkan hasil wawancara terlihat bahwa pedagang yang ada di pasar Gamping sudah baik dalam pelaksanaan terkait kualitas dan juga kehalalan produk, beberapa pedagang makanan juga menyatakan apabila harga bahan baku naik mereka lebih baik untuk mengurangi porsi saja dari pada harus mengurangi ataupun mengganti dengan kualitas yang lebih rendah, karena hal tersebut dapat mengancam kesehatan para konsumen. Selain itu pedagang yang lain juga menyatakan bahwa lebih baik menaikkan harga dari pada harus mengganti dengan kualitas yang lebih rendah, karena kepercayaan konsumen adalah kunci

utama bagi pedagang. Dari penelitian menggunakan kuisioner didapatkan hasil yang juga menguatkan pernyataan informan bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping tidak setuju kalau produknya mengandung barang yang tidak halal, dengan alasan karena berbahaya dan juga haram. Hal tersebut mengindikasikan bahwasanya pedagang yang ada di pasar Gamping sudah memperhatikan akan kualitas dan juga kehalalan produknya, demi keamanan dan juga terhindar dari unsur haram.

d. Konsep Ihsan

Konsep ihsan merupakan kesediaan pelaku bisnis untuk memberikan kebaikan pada orang lain, seperti pembayaran hutang setelah jatuh tempo dan juga pengembalian barang yang telah dibeli. Sesama manusia harus saling memahami, mengerti dan juga saling membantu. Dalam konsep ini penulis menggunakan dua poin dasar yakni yang pertama adalah kebaikan pada orang yang berhutang. Pada penelitian ini hampir seluruh informan mengatakan bahwa pembayaran utang setelah jatuh tempo itu tidak masalah, bahkan beberapa pedagang tidak pernah memberikan batasan terkait waktu pengembalian utang. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa para pedagang yang ada di pasar Gamping sangat paham akan konsep ihsan atau kebaikan kepada orang lain. Dari penelitian selanjutnya mengenai kebaikan pada orang yang berhutang menggunakan kuisioner, hasil yang didapatkan juga menguatkan pernyataan informan. Dimana mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping tetap menerima pengembalian dengan baik, dan ada juga yang menerima serta memberi peringatan kepada konsumennya, agar apabila melakukan peminjaman selanjutnya lebih bertanggung jawab. Namun ada juga pedagang yang menyatakan menerima tetapi untuk kedepannya tidak boleh menghutang lagi, hal tersebut tidak di benarkan, karena hidup adalah untuk membantu satu sama lain.

Yang kedua adalah konsistensi barang dagangan, dimana salah satunya adalah menerima pengembalian barang yang sudah di beli dengan alasan tidak cocok, cacat dan lain- lain. Hal tersebut biasanya

menimbulkan komplain dari pembeli, namun beberapa informan juga mengatakan bahwa pengembalian barang yang sudah di beli itu tidak menjadi masalah, karena mereka berpedoman untuk tidak ada yang saling dirugikan, baik penjual atau pembeli. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya para pedagang sangat terbuka ketika menerima pengembalian barang yang telah di beli oleh konsumen, mereka berfikir bahwa barang yang dikembalikan bukanlah barang yang kualitasnya tidak bagus saja, namun terkadang tidak sesuai dengan ukuran ataupun salah warna. Jikalau memang barang yang dikembalikan adalah barang yang cacat ataupun tidak berkualitas bagus, maka pedagang menyadari akan hal itu dan menerima dengan baik, agar tidak ada yang di rugikan. Dari hasil penelitian selanjutnya menggunakan kuisisioner, dapat di lihat hasilnya bahwa mayoritas pedagang menyatakan bahwa mereka mau menerima pengembalian barang yang sudah dibeli oleh konsumen. Adapun pedagang yang mau menerima jika waktu pembeliannya belum lama dan menerima jika barang tersebut cacat saja, artinya jika pembeli tidak sesuai terkait warna maka pedagang tersebut tidak mau menerima. Namun terdapat juga pedagang yang tidak mau menerima pengembalian suatu barang yang telah dibeli, karena hal tersebut pedagang merasa dirugikan. Seharusnya hal tersebut tidak mempengaruhi pendapatan seorang pedagang. Karena apabila konsumen mengembalikan dengan alasan tertentu, dan pedagang menerimanya dengan baik maka hal tersebut bisa menjadi sesuatu yang di pandang baik oleh konsumen, sehingga konsumen juga akan semakin percaya dan tidak menutup kemungkinan untuk menjadi pelanggan setia.

## 2. Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Usaha Dagang

Penerapan Etika Bisnis Islam memiliki dampak positif terhadap kemajuan usaha dagang yang ada di pasar Gamping. Adapun dampak penerapan Etika Bisnis Islam terhadap kemajuan usaha dagang yang ada di pasar Gamping adalah sebagai berikut jika dilihat dari aspek kelayakan bisnis:

### a. Aspek Pemasaran

Dengan di terapkannya Etika Bisnis Islam di pasar Gamping, para pedagang yang ada di pasar Gamping berhasil memasarkan produknya ke masyarakat setempat dan ke pasar – pasar yang lain di Yogyakarta maupun ke usaha rumahan. Aspek pemasaran tersebut terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi. Produk yang berkualitas, harga yang sesuai, promosi yang baik, serta distribusi produk yang baik maka membuat usaha para pedagang yang ada di pasar Gamping mengalami kemajuan dan mendapatkan loyalitas konsumen.

b. Aspek manajemen dan SDM

Parameter sebuah keberhasilan pasar dalam menerapkan Etika Bisnis Islam pada aspek manajemen dan SDM adalah tingginya tingkat kejujuran SDM dan juga seluruh aktivitas dagangnya. Pedagang yang selalu menanamkan kejujuran dan juga tanggung jawab, baik tanggung jawab duniawi maupun tanggung jawab ahirat.

c. Aspek Dampak lingkungan

Dalam hal ini pasar Gamping tidak memberikan dampak negatif terhadap lingkungan, dimana hampir seluruh pedagang memberikan sisa dagangan yang sudah tidak di pakai kepada orang yang membutuhkan, salah satunya sebagai pakan ternak. Selain itu pasar Gamping juga memiliki petugas kebersihan. Hal tersebut menjadi upaya pasar Gamping dalam meminimalisir sisa dagangan yang tidak dimanfaatkan atau dibuang sehingga menjadi limbah pada lingkungan.

d. Aspek Sosial

Dengan adanya penerapan Etika Bisnis Islam, pedagang yang ada di pasar Gamping mampu memberikan kontribusi untuk aspek sosial. hal tersebut dapat di lihat dari konsep ihsan atau kebaikan pedagang terhadap pembeli dan juga pedagang yang rutin menyisihkan hasil dagangnya untuk sedekah maupun juga zakat.

e. Aspek Finansial

Aspek financial merupakan parameter yang digunakan sebagai standar untuk menilai tingkat kemajuan suatu bisnis. Dalam hal ini karena

pedagang di pasar Gamping telah berhasil menerapkan beberapa aspek kemajuan bisnis di atas, maka jika di lihat dari aspek financial, para pedagang di pasar Gamping di katakan maju dan memiliki prospek bisnis untuk kedepannya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

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 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.

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.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrida Putritama. ( 2018 ). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri Perbankan Syariah*. Jurnal Nominal. Vol II . No 1, 2008.
- Alma Buchari. ( 2014 ). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfa Beta
- Annisa Mardatilah. ( 2013 ). *Etika Bisnis Berdasarkan Perspektif Islam*. Jurnal Ekonomi. Vol 6. No 1, 2013.
- Ariza Faudi. ( 2013 ). *Etika Bisnis dan Upaya Membangun Budaya Berbisnis yang Islami*. Jurnal Az - Zakra. Vol. 5, No. , 2013.
- Ar-rifai, M.Nasib. (2000). *Kemudahan dari Allah Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Badroen Faisal. ( 2006 ). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- BPS. (2017 ). *Data Penduduk Muslim di Yogyakarta*. Diakses pada 5 September 2018. <http://kependudukan.jogjaprovo.go.id/olah.php?module=statistik&periode=1&jenisdata=penduduk&berdasarkan=agama&prop=34&kab=71&kec=00&kel=00>.
- BPS. ( 2017 ). *Penduduk Menurut Wilayah dan Agama*. Diakses pada 5 September 2018. <http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>
- Desy Astrid Anindiya. ( 2017 ). *Pengaruh Eika Bisnis Islam terhadap Keuntungan Usaha pada Wirausaha di Desa Delitua*. Jurnal Ekonomi. Vol. 11, No. 2 .
- DISPERINDAG. ( 2017). *Jumlah Pasar di Setiap Kabupaten*. Diakses pada 12 September 2018. <http://disperindag.jogjaprovo.go.id/v3/>
- Djakfar Muhammad. ( 2014 ) . *Agama, Etika dan Ekonomi*. Malang: UIN – Maliki Press.
- Elida Elfi Barus dan Nuriani. ( 2016 ). *Implementasi Eetika Bisnis Islam ( Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan )*. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam. Vol 2. No 2 2016
- Fauzan Ida Nuryana. ( 2014 ) . *Pengaruh penerapan Etika Bisnis terhadap kepuasan pekanggan di warung bebek H. Slamet Kota Malang*. Jurnal Modernisasi. Vol. 10. No. 1.
- Jeffry H sinaulan. ( 2016 ). *Peran Penting Etika Bisnis Bagi Perusahaan – Perusahaan Indonesia Dalam Bersaing di Era Masyarakat Ekonomi Asean*. Jurnal Analisis Ekonomi Utama Vol. X. No. 2, 2016.
- Leli Rosiyana. ( 2017 ). *Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Islami* . Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 53 No. 1, 2017.
- Muhammad. ( 2004 ). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Muhammad. ( 2004 ). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Muchtar, Asmaji. ( 2015 ) . *Fatwa-Fatwa Imam Asy-Syafi'I Masalah Ibadah*. Jakarta: Amzah
- Olivia Sinarta. ( 2014 ). *Penerapan Etika Bisnis Pada PT. X*. Jurnal Agora Vol. 2, No 1, 2014.
- Republika.(2017). *Pasar Terbesar di Kabupaten Sleman*. Diakses pada 10 September2018. <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/16/01/08/o0mi4e382-enam-pasar-terbesar-di-sleman>



- Satyanugraha. ( 2013 ) . *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta : Salemba Empat
- Sufyan harahab. ( 2011 ). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. ( 2016 ). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Yogiswara Kharisma. ( 2017 ). *Etika Bisnis Islam dalam pengelolaan bisnis di pesantren Mukmin Mandiri*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. Vol. 4, No 6 2017.
- Yusanto, ismail. ( 2002 ) . *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Drs. Munsir Hariyanto, M. Ag  
NIK : 1959111819861113002

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Nunung Indra Lestari  
NPM : 20150730081  
Fakultas : Fakultas Agama Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Naskah Ringkas : Analisis Penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kemandirian usaha dagang (Studi Kasus di Pasar Gamping)

Hasil Tes Turnitin\* : 15 %

Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 28 Desember 2018

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing Skripsi,

(Dr. Muesyaroh, M.A.)

(Drs. Munsir Hariyanto, M. Ag.)

\*Wajib menyertakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.

