

Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai

Heri Irawan

Ekonomi dan Hukum Islam, Universitas Islam Ahmad Dahlan Sinjai

Email korespondensi: heri.putrabungsu94@gmail.com

Abstract

Swordsmen and Muslim-majority business people. But based on the facts, there are still many people who violate ethics in trading. The formulation of the problem is how to understand and how apply Islamic business ethics to staple food traders in the Sinjai central market. This study aims to explain the understanding and application of Islamic business ethics exemplified by the Prophet Muhammad saw., to staple food traders in the Sinjai Central Market. This type of research is field research with qualitative methods that are carried out in the descriptive analysis. The study was carried out in the Sinjai patent, the capital of South Sulawesi Province. The results showed that: the majority of staple food traders in the Sinjai Central Market have understood and applied Islamic business ethics as exemplified by the Prophet Muhammad saw in trading. This can be seen from the indicators of staple food traders about understanding business ethics reaching 19 people or 95% and staple food traders carrying out an attitude of honesty reaching up to 19 people from 20 informants or 95%.

Keywords: Ethics, Islamic Business

Saran sitasi: Irawan, H. (2023). Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2715-2723. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8647>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8647>

1. PENDAHULUAN

Aktifitas ekonomi yang tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai dasar yang telah ditetapkan dalam al-Quran, hadist Nabi dan sumber-sumber ajaran Islam lainnya, yang membicarakan tentang aktifitas manusia dalam mendapatkan dan mengatur harta material ataupun non material dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup sebagai manusia baik secara individual maupun kolektif. Hanya saja dalam ekonomi Islam segala aktifitas ekonomi tersebut harus di dasarkan pada norma dan tata aturan ajaran Islam yang terdapat dalam al-Quran, dan hadist serta sumber ajaran Islam lainnya (Idri, 2015) Larangan memakan harta sesama secara batil, mengintimidasi, mengeksploitasi, dan melakukan pemaksaan dalam hal perdagangan yang tidak dilakukan lagi secara suka sama suka. Allah berfirman dalam QS al-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿١٩﴾

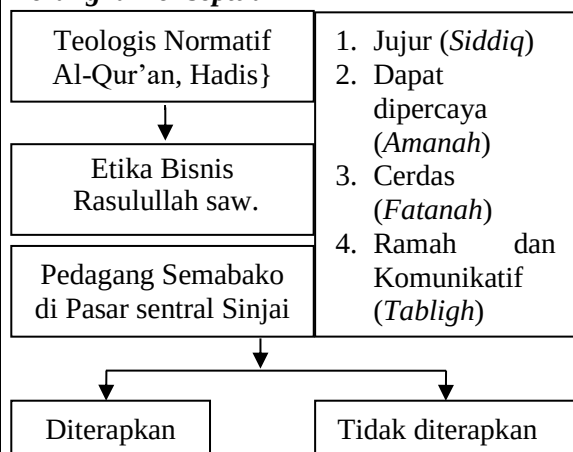
Terjemahnya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Kementerian Agama RI)

Bisnis yang sebenarnya adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika, sehingga memberikan dampak yang positif bagi konsumen hal ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnis karena bisa jadi keberhasilan suatu bisnis tergantung pada etika pelaku bisnis, pelaksanaan etika bisnis pada masyarakat sangat di dambakan oleh semua orang, khususnya masyarakat pedagang yang ada di pasar Sentral Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai yang notabene adalah pedagang dan pelaku bisnisnya adalah masyarakat Islam yang agamis. Namun dalam pelaksanaannya masih menimbulkan spekulasi bagi pelaku bisnis apakah mereka masih melanggar perjanjian, memanipulasi. Ataukah mereka kurang memahami

etika bisnis Islam yang sebenarnya. Ataukah memang mereka paham, tapi tidak mau melaksanakannya (Buchari Alma, 2011)

Peneliti beranggapan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang Sangatlah penting, karena dalam suatu organisasi bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil dan objektif, tidak curang, tidak khianat serta dapat menghindari sifat-sifat tercela lainnya, sehingga keberadaan bisnis bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli saling membutuhkan. (Hasan Aedi, 2011) Tujuan penelitian yaitu Untuk mendeskripsikan bagaimana pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam pada pedagang sembako di pasar Sentral Sinjai. Adapun Kegunaan Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan sumbangan pemikiran ilmiah yang dapat memperluas wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi Islam mengenai konsep etika bisnis Islam yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw. Sehingga menjadi acuan bagi pedagang sembako dalam menerapkan etika bisnis Islam.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 :Skema kerangka konseptual

Rumusan Masalah.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang sembako di Sinjai ?

Fokus Penelitian

Adapun fokus pada penelitian ini yaitu Penerapan etika bisnis Islam pada pedagang sembako Pedagang disini yang penulis maksud ialah hanya pada pedagang Sembako yaitu pedagang yang menjual sembilan bahan kebutuhan pokok diantaranya yaitu

seperti beras, gula, gandum, telur, elpiji, sayur-sayuran, minyak goreng dan sebagainya, untuk keperluan konsumsi masyarakat sehari-hari yang ada di Pasar Sentral Sinjai.

Matriks Fokus Penelitian

No	Fokus Penelitian	Deskripsi Fokus	Indikator
1.	Pedagang sembako	Orang yang melakukan perdagangan yang memperjual belikan barang/bahan pokok (sembako) yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan dengan menjual produk komoditas langsung ke konsumen secara sedikit demi sedikit atau satuan (eceran) dalam sebuah toko atau warung.	Pedagang yang menjual barang kebutuhan pokok yang biasa dikenal dengan sembilan bahan pokok atau sering disingkat Sembako adalah sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat menurut keputusan Menteri Industri Perdagangan No. 115/MPP/Kep/2/1999 tanggal 27 Februari 1998, adapun kesmbilan bahan tersebut diataranya: (1) Beras, sagu dan jagung. (2) Gula pasir. (3) Sayur-sayuran dan Buah-buahan. (4) Daging sapi, ayam, dan ikan. (5) Minyak goreng dan margarin. (6) Susu. (7) Telur. (8) Minyak tanah atau gas elpiji. (9) Garam.
2.	Penerapan etika bisnis Islam pada pedagang sembako	Etika bisnis Islam merupakan sifat yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad saw., menjadi percontohan dalam dunia bisnis, sifat tersebut yakni: <i>Siddiq, Amanah, fathanah dan tabligh.</i>	<i>Siddiq</i> (benar/jujur) Memperlihatkan cara menimbang kepada pembeli Menyempurnakan takaran dan timbangan Amanah(dapat dipercaya) Menepati janji Tidak Monopoli Tidak menimbun barang Tidak melakukan praktik riba <i>Fathanah</i> (cerdas) Memberikan informasi barang yang memadai Mengutamakan kepuasan pelanggan. <i>Tabligh</i> (Komunikatif) Tak ada Paksaan (Suka sama suka) Menjelaskan Cacat Barang.

2. METODE

Penelitian ini adalah penelitian lapangan. Jenis penelitian ini adalah antara penelitian pustaka dan penelitian lapangan dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis, yang sesuai dengan standar-standar buku dalam jenis deskriptif kualitatif (Suharsimi Arikunto, 2009). Peneliti bertindak sebagai instrumen kunci yang langsung mengadakan pengamatan di lapangan dan berinteraksi secara aktif dengan sumber data/informan untuk memperoleh data yang objektif. Selain itu, peneliti juga bertindak sebagai human Instrumen yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data dalam mengumpulkan data, menilai kualitas data, menganalisis data, menafsirkan data dan membuat.

Lokasi penelitian ini adalah di Pasar Sentral Sinjai kabupaten Sinjai. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pendekatan Teologis Normatif (*syar'i*), Pendekatan Sosiologis dan Pendekatan fenomenologi. Dengan memakai Sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Dokumentasi buku, dan hal-hal yang terkait dengan objek penelitian (A. Kadir Ahmad, 2003) Adapun yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai *human instrument* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan dan membuat kesimpulan atas temuannya (Muhammad Ali) Alat pengambil data (instrumen) akan menentukan kualitas data yang dapat dikumpulkan dan kualitas data itu akan menentukan kualitas penelitian (Sumadi Suryabrata, 2006) Teknik Pengolahan Data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dan Analisis data dengan penelaah dan penyusunan secara sistematis semua catatan lapangan hasil pengamatan, transkrip wawancara, dan bahan-bahan lainnya yang dihimpun untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman mengenai data tersebut dan mengkomunikasikan apa yang telah ditemukan dari penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perdagangan mempunyai peranan yang penting dalam memperoleh harta. Perdagangan jelas lebih baik dari **pada** pertanian dan pekerjaan lainnya. seperti kita ketahui bersama bahwa sejarah menyaksikan bagaimana masyarakat memperoleh

kemakmuran dan bagaimana bangsa-bangsa mendapatkan keberuntungan serta kebesaran melalui perdagangan. (Muhammad Syarif Chaudry) Islam mengakui peranan perdagangan untuk mendapatkan keberuntungan dan kebesaran. Namun Islam membatasi cara mendapatkan keuntungan dan kebesaran tersebut dengan tidak melakukan kezaliman terhadap sesama terutama dalam berbisnis yang harus dilakukan dengan suka sama suka.

Pada umumnya ada empat hal yang menjadi kunci sukses Nabi Muhammad saw., sebagai seorang pedagang yaitu: sifat *siddiq*, *tabliq*, *amanah*, dan *fathonah*. (Faisal Badroen, 2012) Keempat sifat tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari nabi Muhammad saw., dan sangat dikenal dikalangan ulama. namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis. Oleh karena itu peneliti mencoba menelusuri sejauh mana penerapan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang terhadap para pedagang apakah sifat-sifat tersebut diterapkan atau tidak',

Adapun **penjelasan** masing-masing indikator sifat-sifat tersebut adalah sebagai berikut

3.1 *Siddiq* (Jujur/Benar)

Jujur adalah merupakan sikap yang sangat urgen dalam hal bisnis, dan merupakan sikap yang mendasar dan harus ada dalam kegiatan bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan **ajaran** Islam. Tidak ada kontradiktif dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Untuk menerapkan kejujuran dalam dunia bisnis, maka Rasulullah menetapkan adanya hak memilih antara penjual dan pembeli, untuk melanjutkan atau membatalkan suatu transaksi bisnis, Rasulullah bersabda:

Artinya: *Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum berpisah, jika keduanya bersikap benar dan mau menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual-belinya. Namun, jika keduanya saling berbohong dan menutupi aib barang dagangan itu (maka jika mereka mendapat laba), hilanglah berkah jual-beli itu (Muslim Ibn al-Hajjaj, tth) Ciri-ciri pelaku bisnis yang jujur yaitu tidak mengunggulkan dan memuji barang dagangannya dan jika membeli tidak mencela barang beliannya Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, di era modern seperti saat ini, maka berkembang pulalah model penjualan*

dan pembelian barang oleh pedagang yaitu dengan mempromosikan barang melalui media online dan tidak menutup kemungkinan terjadi tipu menipu atau tindakan curang oleh karenanya sangat penting adanya prinsip kejujuran dalam berbisnis kapan dan dimanapun kita berada.

Sifat Jujur merupakan sikap yang muncul dari dalam hati, karena kejujuran merupakan sikap yang baik terutama **bagi** pelaku bisnis dan pada hakikatnya, semua benci dengan kebohongan dan kepalsuan, hanya akal yang kotor dan logika yang tidak normal yang menyenangkan kebohongan dan kepalsuan yang pada umumnya mendatangkan kerugian dalam bisnis, baik kerugian hati nurani maupun kerugian fisik, untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Lawan dari sifat jujur adalah menipu (curang) yaitu menonjolkan barang tetapi menyembunyikan cacatnya, hal semacam ini sering terjadi pada pedagang yang biasa menawarkan barang dagangannya kepada pembeli agar barang dagangannya terkesan bagus padahal terdapat cacat padanya. Termasuk dalam memperlihatkan kepada pelanggan cara menimbang barang yang akan di jual. Sifat menipu seperti ini sangat dikecam oleh Nabi, beliau berkata” barang siapa yana menipu (curang) bukanlah dari golongan kami” dalam hadis} lain di jelaskan bahwa Rasulullah lewat di depan para pedagang penjual bahan makanan. Kemudian Rasulullah melihat dan merasa curiga pada satu tumpuk bahan makanan lalu mencoba mengecek tumpukan bahan makanan tersebut dengan memasukkan tangan beliau ke dalam tumpukan dan beliau merasakan di dalamnya agak lembab/basah. Lalu beliau bertanya: apakah ini hai pedagang makanan”? Ia menjawab: “itu bekas kena hujan, Ya Rasulullah’. Lalu beliau bersabda:

أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ مِ كِي يَرَاهُ النَّاسُ مِّنْ غَشٍّ فَلَيْسَ مِنِّي

Artinya: Mengapa engkau tidak taruh dan perlihatkan yang basah itu disebelah atas, supaya orang-orang dapat melihatnya? Barang siapa yang menipu maka ia bukan dari golonganku. (Buchari Alma, 2023)

Tabel 0.5

Tanggapan informan Tentang memperlihatkan cara menimbang barang

Jawaban	N	%
Ya	19	95
Kadang-kadang	1	5
Tidak	-	-
Total	20	100

Sumber: Data Primer

Salah satu cermin keadilan adalah menyempurnakan timbangan dan takaran. Dalam perdagangan timbangan yang benar dan tepat harus benar-benar diutamakan, yaitu melakukan takaran.(Yusuf Qardawi) Ukuran dan timbangan secara benar dan tidak mengurangnya atau mencurangi timbangan tersebut.

Tabel 0.6

Tanggapan informan Tentang apakah menyempurnakan takaran/timbangan barang dalam berdagang.

Jawaban	N	%
Ya	18	90
Kadang-kadang	2	10
Tidak	-	-
Total	20	100

Sumber: Data Primer

3.2 Amanah (Terpercaya)

Setelah jujur sikap *amanah* 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(Yusuf Qardawi) Allah memerintahkan agar umat Islam menunaikan *amanah* kepada orang yang berhak menerimanya dan jika memutuskan sesuatu perkara hendaknya dengan adil. Terkait dengan hal tersebut, dalam dunia perdagangan sangatlah penting dan dibutuhkan baik pedagang maupun pembeli. Maksud sifat jujur dan *amanah* dalam berjual-beli adalah memberikan keterangan dan penjelasan tentang cacat atau kekurangan pada barang dagangan yang dijual jika memang ada cacat padanya.

Tabel 0.7

Tanggapan informan Tentang apakah pernah menjelaskan kepada pelanggan mengenai cacat barang yang akan dijual.

Jawaban	N	%
Pernah	20	100
Kadang-kadang	-	-
Tidak pernah	-	-
Total	20	100

Sumber: Data Primer

Untuk hal ini, bahwa menukar barang yang sejenis memang sudah tidak ada dizaman sekarang. Apa lagi dengan barang yang sejenis tapi beda kualitas.”(Hj. Erna)

Tabel 0.8

Tanggapan informan Tentang apakah pernah melakukan praktek riba.

Jawaban	N	%
Ya	1	5
Kadang-kadang	-	-
Tidak	19	95
Total	20	100

Sumber: Data Primer

Amanah dalam etika berdagang berarti tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam hal ini termasuk juga tidak menabab harga jual yang telah ditentukan,kecuali atas pengetahuan pemilik barang.

Seperti yang kita ketahui bahwa bersikap dan berperilaku *amanah* sangatlah dianjurkan oleh Islam dan sebaliknya orang **yang** tidak *amanah* disebut penghianat dan merupakan salah satu ciri dari orang munafik yang sangat dibenci dan dimurkai oleh Allah swt. Karena sifat penghianat merupakan perbuatan yang sangat keji dan termasuk kedalam golongan ciri orang munafik meskipun ia adalah seorang muslim yang mengerjakan puasa, sholat dan mengaku muslim. Ada tiga ciri yang dikategorikan sebagai seseorang munafik sejati yaitu jika ia berbicara selalu berdusta, jika berjanji ia tidak menepati dan jika di *amanahkan* ia berhianat, dan jika bertikai dicurang.

Dengan demikian sifat *amanah* sangatlah penting untuk diterapkan termasuk dalam berbisnis. Kita kenal istilah “menjual dengan *amanah*” didalam berdagang, seperti halnya menjual murabahah yaitu penjual menjelaskan ciri-ciri dan kualitas dari barang yang akan diperjualbelikan dengan apa adanya tanpa menambah-nambah baik dari segi kualitas dan harga barang. Sifat *amanah* juga sangat penting dalam

perserikatan dagang dalam hal ini perbankan, yang menerapkan produk bagi hasil atau dikenal dalam istilah *mudharabah* atau *wakalah* yaitu penitipan barang(Yusuf Qardawi) Maka keduanya harus *amanah* dan jika ada salah satu kelompok diantara mereka menyalahi kesepakatan maka ia telah berkhianat. Sebagaimana dijelaskan didalam sebuah hadis qudsi, Allah berfirman: Aku adalah yang ketiga dari dua orang yang berserikat, selama salah satu dari keduanya tidak mengkhianati temannya. Apabila salah satu dari keduanya berkhianat. Aku keluar dari mereka. (HR abu Daud 3383 dan hakim 2/25 dari abu Hurairah)maka datanglah setan.

Jadi setiap pelaku bisnis adalah pengemban *amanah* demi masa depan bumi dan segala isinya, siapapun yang mendapat *amanah* maka dia wajib mengemban dan menjaga *amanah* tersebut untuk kemudian pada saatnya dapat ia pertanggungjawabkan dihadapan manusia dan dihadapan Allah swt. Dengan tidak berkhianat terhadap visi yang diamanahkan berarti kita telah berhasil membawa masa depan dan kesejahteraan di bum(Hasan Aedi, 2011) Pedagang yang telah berbuat *amanah* berarti telah memberikan informasi dan aktualitasnya kepada pelanggan, yaitu salah satunya dengan menepati janji.

Tabel 0.9

Tanggapan informan Tentang apakah mereka pernah melanggar janji dalam berdagang.

Jawaban	N	%
Ya	3	15
Kadang-kadang	3	15
Tidak	14	70
Total	20	100

Sumber: Data Primer

Pernyataan tersebut di atas dapat dipahami bahwa sebenarnya pedagang sembako tidak bermaksud untuk ingkar janji, mereka terpaksa memberikan barangnya dengan pelanggan yang lain karena khawatir barangnya tersebut rusak. Dengan menerapkan sikap *Amanah* dalam berdagang berarti harapan pelanggan sesuai dengan kenyataanya, pelanggan merasa puas. Pelanggan yang merasa puas biasanya akan kembali berbelanja atau menjadi pelanggan ditempat tersebut. Bisa saja pelanggan tersebut memberi tahu teman beserta kenalan.

Sifat *amanah*, menjadikan sistem kerja sama tidak meliputi penipuan, dan eksploitasi. Termasuk juga juga yaitu tidak menimbun barang dagangan, menumpuk barang dalam masa tertentu dengan tujuan

agar suatu saat harga barang akan naik sehingga bisa meraup keuntungan yang lebih besar. Rasulullah saw., melarang perilaku bisnis semacam ini. Sebagaimana sabdanya:

يَقُولُ لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِيٌّ

Artinya: Tidaklah seorang menimbun barang kecuali ia telah berdosa (Tirmidzi, sanad Tirmidzi)

Tabel 10

Tanggapan informan Tentang menimbun barang dalam berdagang.

Jawaban	N	%
Pernah	-	-
Kadang-kadang	-	-
Tidak	20	100
Total	20	100

Sumber: Data rimer,

Menurut pengamatan peneliti bahwa perbuatan atau kegiatan menimbun barang pada pedagang sembako tidak berpotensi untuk dilakukan, hal tersebut karena terkadang pedagang sembako kelebihan pasokan barang untuk dijual, dengan demikian rasanya tidak mungkin pedagang tersebut melakukan penimbunan barang, mengingat bahwa barang yang mereka perjual belikan adalah barang-barang kebutuhan pokok atau sembako yang notabene sangat rentan dengan kerusakan atau membusuk. Selain dari pada menimbun barang, yang telah diuraikan diatas praktik monopoli juga dapat merugikan pedagang dan pembeli, Islam tidak mengizinkan monopoli barang ataupun jasa karena dapat membahayakan kepentingan masyarakat luas. Terlebih lagi jika memonopoli bahan makanan atau kebutuhan pokok masyarakat yang sangat urgen dalam keperluan sehari-hari, dikatakan memonopoli jika pasokan barang atau jasa berada di satu tangan atau satu organisasi bisnis saja sehingga harga hanya ditetapkan oleh satu pihak saja tanpa mengabaikan kepentingan konsumen.(Muhammad Syarif Chaudhry)

Tabel 11

Tanggapan informan Tentang memonopoli barang dalam berdagang.

Jawaban	N	%
Pernah	-	-
Kadang-kadang	-	-
Tidak	20	100
Total	20	100

Sumber: Data Primer

Pengamatan peneliti Terkait dengan praktek monopoli, oleh pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Sinjai tidak berpotensi melakukan hal tersebut. Hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah pedagang sembako yang berjualan, mereka mempunyai kesempatan yang sama dengan sesama pedagang untuk menjual berbagai komoditas barang, mereka bebas manjajakkan barang dagangannya, bersaing sehat dengan sesama pedagang untuk mendapatkan pembeli atau pelanggan. Sikap *amanah* menjadi sistem yang dikembangkan dengan memberikan standar kualitas produk dan juga garansi terhadap kerusakan barang. Perkembangan selanjutnya adalah *amanah* ini berupa pemberian kerja dan usaha . Sistem *amanah* inilah yang berkembang menjadi sistem evaluasi kinerja untuk menunjukkan tingkat *amanah* yang diberikan kepada pengelola. Dapat dipercaya oleh mitra bisnis, sukses, termasuk masyarakat dan negara, menerapkan sikap keterbukaan dan *amanah*, menyampaikan apa adanya, akan membawa perdagangan dalam mencapai keuntungan dan keberkahan yang diridhai oleh Allah swt. Itulah makna *amanah* yang sesungguhnya(Syahrudi)

3.3 *Fatanah* (cerdas)

Fatanah berarti mengerti akan sesuatu dan dapat menjelas-kannya, *fatana*h dapat juga diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan(A. Darussalam) Sifat *fatana*h dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan, akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia.

Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat *fatana*h adalah bahwa segala aktifitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan, memiliki sifat jujur, benar dan bertanggungjawab saja tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional. Yang terpenting pula bahwa para pelaku bisnis harus memiliki sifat *fatana*h yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana, agar usahanya bisa lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisis situasi persaingan dan perubahan-perubahan di masa yang akan datang

Sifat *fatana*h yang dimiliki oleh Nabi Muhammad saw.,(sebelum menjadi nabi) mengantarkannya menjadi seorang pedagang yang berhasil, oleh karenanya kita harus mencontoh sifat-sifat Rasulullah termasuk sifat *fatana*h dalam berdagang agar menjadi pelaku bisnis yang sukses

dimasa depan dengan memanfaatkan kemajuan ilmu dibidang teknologi.

Salah satu Prinsip-prinsip bisnis Rasulullah saw., yaitu sifat *Fatanah* yang berarti cakap atau cerdas. Dalam hal ini *Fatanah* meliputi dua unsur yaitu:

- a. *Fatanah* dalam hal administrasi/manajemen dagang, artinya hal-hal yang berkenaan dengan aktivitas harus dicatat atau dibukukan secara rapi agar tetap bisa menjaga *Amanah* dan sifat shiddiqnya.

Dengan demikian *fatanah* dapat peneliti pahami bahwa, *fatanah* di sini adalah terkait dengan strategi pemasaran (kiat membangun citra), sifat *fatanah* sebagai pilar kesuksesan bisnis Muhammad saw., dikembangkan menjadi kemampuan untuk menciptakan produk dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen terkhusus kepada perdagangan sembako. Tanpa kemampuan untuk mendayagunakan kecerdasan, maka sebuah produk atau jasa akan dimakan zaman. Bila dahulu sarana transportasi menggunakan unta dan kapal dengan kapasitas terbatas. Maka saat ini, menggunakan mobil, kapal tangker, dan kapal pengangkut dengan kapasitas besar. Termasuk kereta api. Kemampuan kecerdasan ini berkembang menjadi sistem dalam usaha. Hal ini menghantarkan usaha berkembang dan bertahan dari generasi kegenerasi. Sedangkan dalam lingkup yang lain, muncul sekolahan bisnis yang mengajarkan tentang bagaimana mengembangkan *fatanah* dalam keuangan, akuntansi, tata kelola usaha dan lainnya.

- b. *Fatanah* dalam hal menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta. Dalam hal *fatanah* ini Rasulullah mencontohkan tidak mengambil untung yang terlalu tinggi dibanding dengan saudagar lainnya. Sehingga barang beliau cepat laku. Namun dalam hal ini tidak ditemui pada pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Sinjai.

Dengan demikian *fatanah* disini berkaitan dengan strategi pemasaran (kiat membangun citra). kiat membangun citra dari uswah Rasulullah saw., meliputi: penampilan, pelayanan, persuasi dan pemuasan. Penampilan, tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran (kuantitas) maupun kualitas (Afzalurrahman) Kemudian pelanggan yang tidak sanggup membayar kontan hendaknya diberi

tempo untuk melunasinya. Selanjutnya, pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan jika ia benar-benar tidak sanggup membayarnya. Persuasi, menjauhi sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. bersama, dengan suatu usulan dan penerimaan, penjualan akan sempurna.

Tabel 12

Tanggapan informan Tentang keluhan barang yang rusak dari pelanggan

Jawaban	N	%
Ya	15	75
Kadang-kadang	2	10
Tidak	3	15
Total	20	100

Sumber: Data Primer

Sikap *fatanah* ini sangat penting bagi pebisnis, karena sikap *fatanah* ini berkaitan dengan marketing, keuntungan bagaimana agar barang yang dijual cepat laku dan mendatangkan keuntungan, bagaimana agar pembeli tertarik dan membeli barang tersebut. Dengan demikian apapun yang dilakukannya di dunia ini adalah untuk mencapai ridha Allah swt., sang maha pencipta, dan sebagai seorang muslim harus mampu mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh Allah swt., potensi paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal karena salah satu ciri orang yang bertakwa adalah orang yang mampu mengoptimalkan pikirannya. Kemampuan kecerdasan ini berkembang menjadi sistem dalam usaha. Hal ini menghantarkan usaha berkembang dan bertahan dari generasi kegenerasi. Sedangkan dalam lingkup yang lain, muncul sekolahan bisnis yang mengajarkan tentang bagaimana mengembangkan *fatanah* dalam keuangan, akuntansi, tata kelola usaha dan lainnya.

3.4 *Tabligh* (Komunitatif-Promotif)

Sifat *tabligh* artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tabligh* harus komunikatif dan argumentatif. Jika merupakan seorang pemimpin dalam dunia bisnis, ia harus mampu menyampaikan visi dan misi kepada bawahan dan relasi bisnisnya dengan baik dan benar.

Tabel 13

Tanggapan informan Tentang pelayanan yang baik kepada pelanggan

Jawaban	N	%
Ya	19	95
Kadang-kadang	1	5

Jawaban	N	%
Tidak	-	-
Total	20	100

Sumber: Data Primer

Selanjutnya, menurut Ahmad Fuad Afdal, iklan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia baik secara positif maupun negatif. Lebih lanjut ia mengatakan bahwa dalam masyarakat modern iklan berperan besar dalam menciptakan budaya masyarakat modern. Kebudayaan masyarakat modern adalah kebudayaan massa, kebudayaan serba instan, tiruan, dan kebudayaan serba polesan, palsu yang ditandai dengan tipu menipu sebagaimana yang bisa terjadi pada iklan yang penuh dengan tipuan kata-kata. Manusia lalu kehilangan identitas, dan tunduk di bawah perintah dan manipulasi iklan, manusia seakan menjadi robot yang didekte oleh iklan dan sehingga menjadikan kehilangan jati diri (Ahmad Fuad) Oleh karenanya untuk menjadi Seorang pebisnis Islam, harus mempunyai gagasan-gagasan segar-agar mampu mengkomunikasikan berbagai produk kepada konsumen dengan cara yang modern yaitu melalui iklan ataupun media promosi lainnya. Dengan demikian, pada intinya Semua manusia mutlak belajar tiada henti. Ini berarti bahwa setiap orang harus berupaya untuk memperkaya atau memperbaiki diri dengan ilmu pengetahuan tak terkecuali dalam dunia bisnis, karena dalam bisnis apapun, pelaku bisnis yang sukses adalah pelaku bisnis yang berperilaku mulia dan mempunyai sikap yang positif selain dari pada etika bisnis yang telah dicontohkan Rasulullah saw., sikap yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis diantaranya yaitu pandai bersyukur, kejujuran, kesungguhan, kedisiplinan, rasa percaya diri yang tinggi, bekerja keras, dan fokus dengan begitu pelaku bisnis akan memiliki kreatif dan inovatif. Dengan modal belajar pelaku bisnis memperkaya diri dengan wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan. Apabila suatu saat pelaku bisnis mendapat masalah yang tak terpecahkan, maka pelaku bisnis mencari solusinya dengan sebaik-baiknya sesuai dengan pengalaman yang telah didapatkannya. Dengan cara inilah pelaku bisnis dapat dikatakan telah belajar dari pengalaman dengan menjadikan pengalaman sebagai guru yang sangat berharga.

Tabligh merupakan kemampuan dalam mengkomunikasikan barang dan membangun relasi bisnis. Disiplin ilmu yang berkembang adalah komunikasi bisnis, sedangkan dalam konteks pribadi

adalah komunikasi efektif dan empati. Media marketing dan periklanan adalah sistem yang lahir dari kemampuan penerapan sikap *tabligh* (kecerdasan komunikasi). Tanpa kemampuan komunikasi sebuah produk dan jasa, maka pedagang tidak mampu menyakinkan pelanggan untuk membeli dan memanfaatkan barang dagangan. Konsumen atau pembeli merupakan *stakeholder* yang hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen yang membeli dan menggunakan barang yang ditawarkan oleh penjual (K. Bertenz) Slogan “*The customer is king*”, konsumen sebagai pembeli sekaligus sebagai pelanggan yang loyal tentunya seringkali berinteraksi dengan para pedagang khususnya pedagang sembako yang ada di Pasar Sentral Sinjai. Oleh karena konsumen selain sebagai pengamat juga mempunyai andil yang besar dalam memahami tingkah laku, watak sampai kepada cara dan gerak-gerik pelaku bisnis dalam berdagang.

4. KESIMPULAN

Adapun simpulan pada penelitian ini yaitu: Mayoritas pedagang sembako di Pasar Sentral Sinjai telah mengetahui, memahami dan menerapkan etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang. Namun, masih ada yang tidak mengetahui tentang etika bisnis dan masih ada yang kurang paham tentang etika bisnis. Ketidaktahuan informan tentang etika bisnis tersebut, karena istilah etika bisnis, itulah yang menjadi asing dari sebagian informan yang memang sebelumnya mereka belum mendengar ataupun mendapatkan informasi tentang hal tersebut, mengingat bahwa mereka yang tidak paham etika bisnis secara teori tersebut adalah disebabkan oleh rendahnya pendidikan yang mereka miliki. ada empat hal yang menjadi kunci sukses Nabi Muhammad saw., sebagai seorang pedagang yaitu: sifat *siddiq, tabliq, amanah, dan fatonah*. (Faisal Badroen, 2012) Keempat sifat tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari nabi Muhammad saw., dan sangat dikenal kalangan ulama Selain empat hal yang menjadi kunci sukses Nabi Muhammad saw., sebagai seorang pedagang peneliti juga menambahkan sikap *Saja'a* (berani) masuk kedalam kunci sukses yang sangat penting untuk dimiliki bagi seorang pelaku bisnis agar bisnisnya dapat lebih berkembang dan dinamis.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Aedi, (2011) Hasan. *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Cet. Ke, I. Bandung: Alfabeta.
- Afzalurrahman, Muhammad sebagai seorang pedagang. Cet, ke IV. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi,
- Ahmad, A. Kadir (2003) *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kualitatif* (Makassar: Indobis Media Centre.
- Aisyah BM (2014) *Antara Akhlak Etika dan Moral*. Cet, I. Makassar: Alauddin University Press.
- Am. M. Hafidz Ms, dkk, 2012. Etika Bisnis Al-Gaza.>li> dan Adam Smith dalam *Perspektif Ilmu Bisnis dan Ekonomi*. Jurnal: Stain Pekalongan, Volume 9 Nomor 1 Mei.
- Alma, Buchari. (2001)*Ajaran Islam dalam bisnis*. Bandung:Alfabeta.
- _____, (2003) *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, Cet III, Bandung: CV Alfabeta.
- Al-Turmuzi, Sunan al-Turmuzi, juz 2, Beirut: Da>r al-Fikr, 1400 H
- Anshari, Endang Syaifuddin(2010) *Pokok-Pokok Pikiran tentang Islam dan Umatnya*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Arikunto, Suharsimi(1993)*Prosedur Penelitian Ilmiah : Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta,
- Abdullah al-Mushlih, Shalah ash-Shawi, (1993) *Fikih Ekonomi Islam*, di terjemahkan oleh Abu Umar basyirCet. Ke IV (Jakarta: Darul Haq.
- Badroen, Faisal, Dkk, (2012) *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cet, ke III. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Chapra, M. Umer,(1992 M)) *Islam and the Economic Challenge*, (Leicester: The Islamic Foundation.
- _____, 2002) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Dawam Raharjo, (1990) *Etika Ekonomi dan manajemen*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Darussalam, (2011) A. *Etika Bisnis Dalam Pespektif Hadis*, (Cet, I . Makassar: Alauddin University Press.
- Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Azhar, Alquran dan Terjemah Ringkasan Tafsir Ibnu> Kas|ir, Ath-T}abari, as-Suyut}i*, Bandung: Hilal.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, (2010) *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Endang Syaifuddin Anshari,(2010 M) *Pokok-Pokok Pikiran tentang Islam dan Umatnya* ,(Bandung: CV Pustaka Setia,
- Fauroni, Luk (2013) *Fiqh Iqtishad, Ekonomi Islam, Kerangka Dasar, Studi Tokoh Dan Kelembagaan Ekonomi*, Makasaar: Alauddin University Press.
- Muhammad,Najamuddin (2012) *Cara Dagang Ala Rasulullah Untuk Para Enterpreneur*. Jogjakarta: Diva Press.
- Muslich, (1988) *Etika Bisnis, Pendekatan Subtantif dan fungsional*,. Yogyakarta:Ekonesia Fakultas Ekonomi UII.
- Muhajir, Noeng (1996) *Metodologi Penelitian Kualitatif* Yogyakarta: Rake Sarasin.
- Robert C. Bogdan dan Sari Knopp Biklen, (1998) *Qualitative Research in Educatioan; an Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon,
- Saifullah, Muhamma (2011) *Etika Bisns Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah*. Jurnal: Walisongo, Volume 19 Nomor 1 Mei.
- Shihab, M. Qurais,(1997) *Etika Bisnim Dalam Wawasan al-Qur'a>n*, Dalam Jurnal Ulu>m Alquran, no 3 vii.
- Sjahdeini, Sutan Remy, (2014) *Perbankan Syariah, Produk-Produk Dan Apek-Aspek Hukumnya*, Cet Ke I Jakarta: Kencana Perenadamedia Group.
- Sugiyono, (2011)*Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Cet. XII; Bandung: Alfabeta.
- S. Nasution, (1996) *Metode Naturalistik Kualitatif* (Cet. I; Bandung: Tarsito.
- Subagyo, Joko (2006) *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta
- Sumadi Suryabrata, (2006) *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada,
- Syahrudin, (2011) *Komunikasi Bisnis Yang Islami Salah Satu Wujud Nyata KepedulianSosial*. Cet, I. Makassar: Alauddin University press.
- Syarif Chaudry, (2014) *Muhammad, Sistem Ekonomi Islam, Prinsip dasar*, Cet Ke. II.Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Trmuzi, At, Sunan at-Turmuzi (Juz III, Beirut: Dar-al Fiqr, 1400
- Tiro, Muhammad Arif (2005) *Masalah dan Hipotesis Penelitian Sosial-Keagamaan*. Cet: I; Makassar: Andira Publisher.
- Qardhawi, Yusuf,(1997) *Norma Dan Etka Ekonomi Islam*, di terjemahkan oleh Zainal Arifin, Lc. Cet. II, Jakarta: Gema Insani Press.