

**PEMAHAMAN ETIKA BERDAGANG PADA PEDAGANG MUSLIM PASAR WONOKROMO SURABAYA
(Studi Kasus Pedagang Buah)**

Siti Nur Azizaturrohmah
Mahasiswa Program Studi S-1 Ekonomi Islam – Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas
Airlangga
Email: Sitinurazizaturrohmah@gmail.com

Imron Mawardi
Departemen Ekonomi Syariah – Fakultas Ekonomi dan Bisnis – Universitas Airlangga
Email: ronmawardi@gmail.com

ABSTRACT

Trading is a job that is highly recommended in Islam, because the Prophet and the companions also a traders. So it should as a good Muslim in performing daily activities in accordance with the guidance of the Prophet in order to be successful the world and the hereafter included in trade. Ethics of trade was good manners and behavior in the trade so the customers were satisfied.

This study aims to determine the understanding of ethical trade in the Muslim traders Wonokromo Market Surabaya. This study used a qualitative approach with descriptive case study method. Determination of informants using purposive sampling technique. Data collected by means of semi-structured interviews and documentation. Data analysis using descriptive analytical model.

The results of this study indicate that generally Muslim traders Wonokromo Markets have understood the ethical trade based on the principle of unity, equilibrium, free will, responsibility and truth in a way that is honest and good trade (do not cheat), provide information to the customer in accordance with reality, appropriately weigh, not hold a fake offers, do not tucking rotten fruit into a nice fruit, and helping others among fellow traders nor traders with collector.

Keyword: Ethics, the Ethics Trading, Traders

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya, tidak terkecuali dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dibutuhkan suatu sarana untuk dapat saling memenuhi kebutuhan, salah satu sarana tersebut adalah pasar. Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau lebih jelasnya, daerah, tempat, wilayah, area, yang mengandung kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu dan membentuk harga (Fuad,M dkk.,

2006:120). Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi serta alokasi sumber daya dalam masyarakat. Perdagangan mempunyai peran yang penting dalam menggerakkan roda perekonomian, salah satu alasannya ialah karena tidak seorangpun yang dapat memenuhi kebutuhannya tanpa bantuan orang lain. Dengan berdagang seseorang yang membutuhkan dapat saling menutupi kebutuhan dan saling tolong-menolong diantara mereka. 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 juga untuk kepentingan orang banyak.

Pada masa Rasulullah Saw dan Khulafaurrasyidin Pasar memegang peranan penting dalam perekonomian masyarakat muslim. Bahkan Rasulullah Saw sendiri pada awalnya adalah seorang pedagang dan demikian pula Khulafaurrasyidin serta kebanyakan sahabat (P3EI, 2008:302). Menurut Muhammad (2012:37) Jika meneladani Rasulullah saat melakukan perdagangan, maka beliau sangat mengedepankan adab dan etika berdagang yang luar biasa. Etika dan adab perdagangan inilah yang dapat disebut sebagai strategi dalam berdagang. Etika adalah disiplin ilmu yang berisi ilmu normatif yang memberikan dasar atau standar mengenai hal yang benar atau salah, yang baik atau buruk, yang membawa manfaat atau kerusakan.

Pasar Wonokromo merupakan salah satu pasar tradisional terbesar di Surabaya. Pasar Wonokromo yang kini menempati gedung Darmo Trade Center (DTC) adalah salah satu pasar yang telah mengalami modernisasi. Sejak diresmikan gubernur Jawa Timur Imam Oetomo pada tanggal 11 Juni 2005, pasar Wonokromo kini menjadi salah satu ikon Gerbang Kota di Surabaya Selatan. Sebanyak 3.890 stand-stand pasar Wonokromo menempati Lantai Dasar Bawah (LDB) dan Lantai Dasar Atas (LDA) gedung DTC, total pedagang sebanyak 2.210 jiwa, terdiri dari

750 jiwa pedagang pakaian dan 1.460 jiwa pedagang lain, dengan luas bangunan 10.584 m².

Dalam pasar tradisional tidak jarang para pedagang berlaku curang, salah satunya yaitu pedagang buah. Hal ini membuat masyarakat menjadi lebih waspada jika berbelanja di pasar tradisional. Banyak berita yang membahas tentang kecurangan-kecurangan yang dilakukan para pedagang buah untuk membuat barang dagangannya terlihat lebih menarik dan juga tahan lama. Berikut adalah beberapa kecurangan yang dilakukan oleh para pedagang:

1. Menyuntikan cairan pewarna kedalam buah-buahan, sehingga saat buah dibuka warnanya lebih menarik dan menggugah selera, namun setelah dicicipi rasanya tak semanis warnanya.
2. Mengawetkan buah-buahan dengan cara dicelup terlebih dahulu kedalam boraks dan cairan lilin. Hal ini tentu sangat berbahaya bagi kesehatan kita, karena lilin dan boraks bukanlah zat yang boleh dikonsumsi oleh manusia.
3. Menambahkan cairan pewarna tekstil pada bagian luar buah agar tampilan luar buah menjadi lebih menarik (www.surabayapost.co.id).

Selain kecurangan di atas, pedagang buah juga berlaku tidak jujur dalam menimbang. Seperti pengakuan Gemala, seorang ibu rumah tangga yang ditulis dalam majalah Al-Hikmah bahwa ia tidak keberatan jika harus membayar lebih mahal, asal pedagang jujur dengan

timbangannya, hal ini tentu saja merugikan pembeli. Selain merasa dibohongi, pembeli juga akan merasa jera berbelanja ditempat tersebut (Al-Hikmah, 2013:32).

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya pada latar belakang di atas, dan melihat fenomena yang terjadi, maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut Bagaimana pemahaman etika berdagang yang dipahami oleh pedagang buah muslim pasar Wonokromo?

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman etika berdagang yang dipahami oleh pedagang buah muslim pasar Wonokromo.

II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN PROPOSISI

A. Pasar

Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, atau lebih jelasnya, daerah, tempat, wilayah, area yang mengandung kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemy dan membentuk harga (Fuad,M. dkk, 2006:120).

B. Pengertian Etika dalam Islam

Secara epistimologi, kata etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* (bentuk tunggal). *Ethos* berarti tempat tinggal, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Bentuk jamaknya *tha etha* yang berarti adat istiadat. Secara etimologi, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa

dilakukan sebagai suatu tatanan kepatuhan, adat istiadat, yang berkenaan dengan hidup yang baik dan buruk (Wiranata, 2012:2).

Adapun Imam an-Nawawi dalam kitabnya *Syarah Riyadhus Shalihin* mengatakan bahwa etika atau adab adalah tata krama yang dilakukan seseorang (Al-Utsaimin, 2007:38)

C. Pengertian perdagangan Sesuai Syariah Islam

Perdagangan atau pertukaran dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai proses transaksi yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing pihak. Perdagangan seperti ini dapat mendatangkan keuntungan kepada kedua belah pihak, atau dengan kata lain perdagangan meningkatkan *utility* (kegunaan) bagi pihak-pihak yang terlibat (Jusmaliani,dkk., 2008:1).

Dalam Al-quran, perdagangan dijelaskan dalam tiga bentuk, yaitu *tijarah* (perdagangan), *bay'* (menjual) dan *Syira'* (membeli). Selain istilah tersebut masih banyak lagi istilah-istilah lain yang berkaitan dengan perdagangan, seperti *dayn*, *amwal*, *rizq*, *syirkah*, *dharb*, dan sejumlah perintah melakukan perdagangan global (Susanto, 2009:13).

D. Konsep Etika Bisnis Islami

Terintegrasinya etika Islam dalam bisnis telah menciptakan suatu paradigma bisnis dalam sistem etika bisnis Islam. Paradigma bisnis adalah gugusan pikir atau cara pandang tertentu yang dijadikan sebagai landasan bisnis baik sebagai aktivitas maupun sebagai entitas.

Paradigma bisnis Islam dibangun dan dilandasi oleh aksioma-aksioma berikut (Naqvi, 1993:86-105):

1. Kesatuan

Berdasarkan konsep Beekun juga Fuad Yusuf, seorang pelaku bisnis muslim dalam melakukan kegiatan berbisnisnya tidak akan melakukan paling tidak tiga hal: pertama, diskriminasi diantara pekerja, penjual, pembeli, mitra kerja atas dasar pertimbangan ras, warna kulit, jenis kelamin atau agama. Kedua, terpaksa atau dipaksa melakukan praktek-praktek mal-bisnis karena hanya Allah-lah yang semestinya ditakuti dan dicintai. Ketiga, menimbun kekayaan atau serakah, karena hakikatnya kekayaan merupakan amanah Allah (Fauroni, 2003:100).

2. Keseimbangan (keadilan)

Dalam surat Al-Baqarah dijelaskan bahwa pembelanjaan harta benda (pendayagunaan harta benda) harus dilakukan dalam kebaikan dan tidak pada sesuatu yang dapat membinasakan diri. Kemudian harus menyempurnakan takaran dan timbangan dengan neraca yang benar (Fauroni, 2003:101).

3. Kehendak bebas

Berdasarkan prinsip ini, para pelaku bisnis mempunyai kebebasan untuk membuat perjanjian, termasuk menepati atau mengingkari janji. Seorang muslim yang percaya pada kehendak Allah, akan memuliakan semua janji yang dibuatnya (Beekun, 1997:24-25).

4. Pertanggung Jawaban

Pertama, dalam menghitung margin, keuntungan nilai upah harus

dikaitkan dengan upah minimum yang secara sosial dapat diterima oleh masyarakat. Kedua, *economic return* bagi pemberi pinjaman modal harus dihitung berdasarkan pengertian yang tegas bahwa besarnya keuntungan tidak dapat diramalkan dengan probabilitas kesalahan nol dan tidak dapat lebih dahulu ditetapkan (seperti sistem bunga). Ketiga, Islam melarang semua transaksi *alegtoris* semisal *gharar* atau sistem ijon yang dikenal dalam masyarakat (Fauroni, 2003:103).

5. Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar, yang meliputi, proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih dan menetapkan keuntungan. Termasuk ke dalam kebajikan dalam bisnis adalah sikap kesukarelaan dan keramah tamahan, kesukarelaan dalam pengertian, sikap suka-rela antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian bisnis. Hal ini ditekankan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan serta cinta-mencintai antar mitra bisnis. Sedangkan keramah tamahan merupakan sikap ramah, toleran baik dalam menjual, membeli maupun menagih. "Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam menjual, membeli dan menagih". Adapun kejujuran adalah sikap jujur dalam semua

proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun.

III. METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif melibatkan peneliti dalam setiap penelitian yang dilakukan.

B. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian terbatas pada sejauh mana pemahaman etika berdagang yang dipahami oleh pedagang buah muslim di pasar wonokromo. Output yang diharapkan adalah pedagang buah muslim dapat menerapkan Etika dagang yang Islami kepada pembelinya dengan meneladani akhlak Rasulullah SAW.

C. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini informan didapatkan dengan menggunakan *Purposive sampling* yakni teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Data dan Sumber Data

Menurut Loafland dalam Moleong (2001:112), sumber utama dari penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, dan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lainnya. Data primer ini didapatkan melalui wawancara secara langsung dengan informan atau orang yang diwawancarai sebagai *key source*.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa cara yaitu wawancara, observasi, dan studi kepustakaan (Afifuddin dan Saebani, 2009:131). Jumlah informan dalam penelitian ini tergantung dari banyaknya dan keberagaman informasi yang diterima peneliti. Apabila informasi yang didapat tidak berkembang (jenuh) dan dirasa telah mewakili apa yang diharapkan sebelumnya, pencarian informan berhenti saat itu juga. S. Nasution dalam Sugiyono (2011:220) mengatakan bahwa dalam penentuan informan "... dianggap telah memadai apabila telah sampai kepada taraf "*redundancy*" ... artinya bahwa dengan menggunakan responden selanjutnya boleh dikatakan tidak lagi diperoleh tambahan informasi baru yang berarti".

E. Unit Analisis

Penelitian ini menganalisis tentang etika berdagang pedagang dengan pembeli dan etika berdagang dengan sesama pedagang.

F. Teknik Analisis

Yin (2012:133) berpendapat tentang tiga macam bentuk teknik analisis yang sering digunakan antara lain penjadohan pola, pembuatan penjelasan (deskriptif), dan analisis deret waktu. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif atau dapat disebut pembuatan penjelasan, yaitu dengan menggunakan metode analisis data dan mendeskripsikan hasil

observasi wawancara, serta bertujuan untuk mengetahui secara mendalam mengenai pemahaman etika berdagang yang dipahami oleh pedagang buah muslim di pasar Wonokromo.

G. Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data *in-depth interview*, sehingga uji validitas yang dirasa tepat adalah dengan menggunakan teknik mengecek ulang (*member checks*) (Alwasilah, 2002:38). Alwasilah (2002:39) menjelaskan bahwa *member checks* merupakan masukan yang diberikan oleh individu yang menjadi obyek penelitian. Jawaban dari para obyek penelitian merupakan bukti dan alat validasi kebenaran dari pernyataan dalam penelitian. Teknik ini dianggap paling baik untuk:

1. Menghindari salah tafsir terhadap jawaban obyek penelitian sewaktu diwawancara.
2. Mengkonfirmasi perspektif emik (individu) obyek penelitian terhadap suatu proses yang sedang berlangsung.

IV. DESKRIPSI HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pembahasan Hasil Penelitian

Tabel 1.
Hasil Penelitian

KONSEP ETIKA BISNIS HAIDAR NAQVI	Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4	Informan 5	Informan 6	Informan 7	Informan 8	Informan 9	Informan 10	Informan 11	Informan 12	Informan 13
1. Prinsip Kesetiaan (Tauhid)													
- Tidak ada diskriminasi baik terhadap penjual, pembeli, serta mitra kerja lainnya.	0			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Terpaksa atau dipaksa untuk menanti Allah SWT				0	0								
- Meninggalkan perbuatan yang tidak beretika dan mendorong setiap individu untuk bersikap amanah karena kekayaan yang ada merupakan amanah Allah.					0								
- Tidak serakah atau membinasakan kekayaan.		0	0	0					0	0			
2. Prinsip Kesetimbangan (Keadilan)													
- Tidak ada kecurangan dalam takaran dan timbangan.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Tidak berlebihan dalam mengejar keuntungan.				0					0	0			
3. Prinsip Kebebasan													
- Saling bekerja sama dalam hal kebaikan (<i>tasawuf al-khairat</i>).	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Menepati kontrak janji.		0	0										
4. Prinsip Tanggung Jawab													
- Mempertimbangkan perbuatan yang dilakukan karena segala sesuatu akan diminta pertanggung jawaban.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Prinsip Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)													
- Bersikap ramah, toleran, baik dalam menjual, membeli dan menagih hutang.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Jujur dalam setiap proses transaksi bisnis.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Dari hasil wawancara dengan 13 informan dapat diketahui bahwa secara umum informan memahami apa yang dimaksud dengan etika berdagang. Hal ini didasarkan pada pernyataan para informan yang menjelaskan arti etika sebagai perbuatan yang baik, berdagang dengan segala jujur, tata krama, melayani pelanggan dengan ramah, dan menimbang dengan tepat sesuai neraca. Pemahaman etika yang telah disebutkan oleh informan sesuai dengan pernyataan Titus (1984:21) yang menyatakan bahwa pada intinya etika adalah pengkajian moralitas, apakah benar dan apakah salah dalam hubungan antar manusia. Dan menurut Pujowijatno (2003:14), makna utama dari etika, yang terambil dari kata Yunani *ethos*, adalah tingkah laku. Sedangkan dalam ajaran Islam, istilah yang paling dekat dan berhubungan dengan istilah etika dalam Al-Quran adalah *Khuluq*. Dalam kamus Al-

Munawwir, khuluq berarti: tabi'at, budi pekerti, kebiasaan, kesatriaan dan keperwiraan, agama (Munawwir, 1997:364). 2 diantara informan ada yang tidak memahami kata etika, namun ketika kata etika diganti dengan kata lain, informan dapat memahami apa yang dimaksud dengan etika. Informan 10 lebih memahami apa yang dimaksud dengan etika bila kata etika diganti dengan akhlak, dan informan 11 lebih memahami kata etika bila diganti dengan tatakrama. Meskipun diganti dengan kata lain pada intinya kedua informan tersebut memahami apa yang dimaksud dengan etika.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata paham mempunyai arti mengetahui dengan benar atau tahu banyak (199:327). Berdasarkan hal tersebut maka dapat diketahui bahwa pedagang muslim Pasar Wonokromo yang paham dengan etika berdagang adalah dia yang mengetahui dengan benar dan tahu banyak tentang etika berdagang. Pada tabel 4.3 telah dijelaskan hasil ringkasan wawancara dengan pedagang muslim Pasar Wonokromo mengenai pemahaman etika berdagang. Dari hasil ringkasan tersebut peneliti menyesuaikan pemahaman etika berdagang pada pedagang muslim Pasar Wonokromo dengan konsep etika bisnis Haidar Naqvi (1993:86-105) yang terdiri dari lima prinsip yakni prinsip kesatuan (*tauhid*), prinsip kesetimbangan (keadilan), prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran.

Untuk mempermudah mengetahui seberapa paham pedagang muslim Pasar Wonokromo mengenai etika berdagang peneliti mengklasifikasikan penjelasan para pedagang ke dalam tabel. Berikut tabel 4.22 yang memperlihatkan hasil klasifikasi pemahaman etika berdagang pada pedagang buah muslim dengan lima prinsip konsep etika bisnis Haidar Naqvi (1993:86-105).

Berdasarkan hasil klasifikasi pemahaman etika berdagang pada pedagang muslim Pasar Wonokromo dengan lima prinsip dari konsep etika bisnis Haidar Naqvi (1993:86-105) di atas secara umum pedagang muslim Pasar Wonokromo sudah memahami etika berdagang yang baik. Hal ini dikarenakan pedagang muslim Pasar Wonokromo dapat menyebutkan lima hingga sembilan kriteria dari sebelas kriteria konsep etika bisnis Haidar Naqvi (1993:86-105).

Dapat dilihat pada Tabel 4.22 hampir seluruh informan mengaitkan etika berdagang dengan perbuatan yang jujur dan baik (tidak berbuat curang) serta tanggung jawab. Hal ini ditunjukkan dengan pernyataan informan bahwa etika berdagang adalah memberi informasi yang sesuai dengan kenyataan kepada pelanggan, menimbang dengan tepat sesuai takaran, tidak mengadakan penawaran palsu dan tidak menyelipkan buah yang busuk ke dalam buah yang bagus, saling tolong-menolong antar sesama pedagang maupun pedagang dengan pengepul. Kejujuran

merupakan salah satu kunci sukses dalam kehidupan sehari-hari. Banyak contoh yang menunjukkan bahwa ketika orang berbuat jujur maka akan sukses dan beruntung, misalnya sikap Rasulullah dalam berdagang. Dengan sifat jujur yang dimiliki Rasulullah, beliau menjadi pedagang yang handal dan dipercaya oleh saudagar kaya Khodijah untuk menjalankan usahanya.

Empat informan menyatakan bahwa dalam berdagang tidak hanya mencari harta atau keuntungan semata, namun juga keberkahan dan manfaat dari rizki yang diperoleh. Kejujuran mendatangkan keberkahan, hal ini sesuai dengan hadits yang diriwayatkan dari Hakim bin Hizam dari Rasulullah SAW. beliau bersabda,

عن حكيم بن حزام رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما، وإن كذبا وكتما محقت بركة بيعهما. متفق عليه.

Artinya: "penjual dan pembeli diberi kesempatan berfikir selagi mereka belum berpisah. Seandainya mereka jujur serta membuat penjelasan mengenai barang yang diperjualbelikan, mereka akan mendapat berkah dalam jual beli mereka. Sebaliknya, jika mereka menipu dan merahasiakan mengenai apa-apa yang harus diterangkan tentang barang yang diperjualbelikan, maka akan terhapus keberkahannya."

Namun kenyataannya untuk menjalankan kejujuran dalam berdagang butuh usaha yang keras, karena jujur itu sulit. Terkadang lingkungan dan kondisi membuat seseorang yang awalnya jujur

berubah menjadi tidak jujur. Dari hasil wawancara dengan informan, ketigabelas informan menyadari pentingnya melaksanakan etika berdagang. Karena dengan melaksanakan etika berdagang maka pelanggan akan merasa puas dan kembali membeli lagi kepadanya, rizki yang diperoleh barokah dan secara tidak langsung penjual juga akan dipromosikan. Misal ketika pelanggan yang puas membeli buah di pedagang A, maka ketika ada sanak saudara atau temannya yang bermaksud membeli buah maka pelanggan yang puas akan menyarankan membeli di pedagang A karena memang orangnya jujur, buahnya manis dan segar, serta pelayanannya ramah.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam Bab 4, maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Secara umum para pedagang muslim Pasar Wonokromo memahami etika sebagai tatakrama dan perilaku yang baik dalam berdagang.
2. Secara umum para pedagang muslim Pasar Wonokromo sudah memahami etika berdagang Islami sesuai yang dikemukakan oleh Haidar Naqvi (1993:86-105) yaitu prinsip kesatuan (*tauhid*), prinsip kesetimbangan (keadilan), prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran.

3. Wujud dari lima prinsip etika bisnis yang dikemukakan oleh Haidar Naqvi (1993:86-105) sesuai dengan pemahaman pedagang muslim Pasar Wonokromo sebagai berikut.

- a. prinsip kesatuan: melaksanakan etika berdagang menjadikan seseorang mulia dihadapan Allah dan manusia, melayani pelanggan dengan baik dan ramah, berlaku baik dan jujur dalam berdagang membuat pelanggan loyal dan puas, tidak hanya mengejar keuntungan namun juga rizki yang berkah.
- b. prinsip kesetimbangan: menimbang dengan tepat sesuai takaran dan neraca.
- c. prinsip kehendak bebas: melaksanakan etika berdagang tidak hanya kepada pelanggan namun juga dengan sesama pedagang, saling menjaga komitmen baik antara pedagang dengan pengepul dan pedagang dengan pelanggan.
- d. prinsip tanggung jawab: memperhitungkan setiap tindakan karena akan dimintai pertanggung jawaban.

prinsip kebenaran: bersikap ramah, sopan dan baik kepada pelanggan, dan berdagang dengan jujur.

B. Saran

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti kepada pedagang buah yang muslim di pasar Wonokromo, saran yang

dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Bagi pengelola Pasar Wonokromo (PD. Pasar Surya)

PD. Pasar Surya hendaknya memberikan penyuluhan kepada para pedagang muslim di pasar Wonokromo mengenai pentingnya mengenal etika berdagang. Dengan penyuluhan tersebut, pedagang buah muslim dapat mengetahui etika berdagang sehingga pedagang dapat menerapkan dan merasakan dampak positif etika berdagang.

b. Bagi Pedagang buah muslim

Dari pemahaman etika yang telah dipahami oleh pedagang, sebaiknya diterapkan dalam kegiatan jual beli sehari-hari. Namun pada kenyataannya masih ada pedagang yang belum memahami etika berdagang, sehingga diperlukannya penyuluhan mengenai hal tersebut kepada mereka.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan, sehingga bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti topik yang sama dengan detail penelitian yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai lima prinsip etika berdagang menurut Haidar Naqvi (1993:86-105). Adapun saran untuk penelitian selanjutnya adalah meneliti tentang penerapan etika berdagang dengan prinsip baru selain prinsip yang telah digunakan dalam penelitian ini, yaitu prinsip etika berdagang yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas

pelayanan para pedagang, selain itu penggunaan alat ukur atau kriteria yang lebih terfokus. Hasil dari penelitian selanjutnya dapat memberikan sumbangsih kepada perusahaan daerah yang mengelola pasar lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin, Beni dan Ahmad Saebani. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pustaka Setia
- Al-Utsaimin, Syaikh Muhammad bin Salih. 2007. *Syarah Riyadus Shalihin, jilid 3*. Terjemahan Ali Nur. Jakarta Timur: Darus Sunnah Press.
- Alwasilah, A. Chaedar. 2002. *Pokoknya Kualitatif*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- Beekun, Rafiq Issa. 1997. *Islamic Business Ethict*, Virginia: *International Institute of Islamic Thought*.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 1996. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fuad, M. dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jusmaliani, M.E. dkk. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Majalah Al-Hikmah. <http://majalah.pengusahamuslim.com/pemasaran-dalam-perspektif-islam/> jam 7.28 12 april 2013.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhamad dan Lukman Fauroni. 2003. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Muhammad, Irsyad. 2012. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Semarang: Pustaka Amani
- Munawwir, Ahmad Warson. 1984. *Kamus Al-Munawwir*. Yogyakarta: PP. Krapyak.
- Naqvi, Syed Nawab. 1993, *Ethict and Economics: An Islamic Syntesis*, diterjemahkan oleh Husin Anis: *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami*. Bandung: Mizan.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Surabaya Post. <http://www.surabayapagi.com/index.php?3b1ca0a43b79bdfd9f9305b812982962457c689935c0e9fab66149655f5f7917>
- Susanto, Ahmad. 2009. *Fiqih Muamalah*. Yogyakarta: Kanisius.
- Titus, Harold H. dkk. 1984. *Persoalan-persoalan Filsafat*. H.M. Rosyidi (terj), Jakarta: Bulan Bintang.
- Wiranata, I Gede A.B. 2012. *Etika Bisnis&Hukum Bisnis (Sebuah Pemikiran Awal)*. Bandar Lampung: Penerbit Universitas Lampung.
- Yin, Robert K. 2009. *Case Study Research: Design and Methods*. Edisi Keempat.

United States of America: SAGE
Publications, Inc.