

BAGAIMANA PEDAGANG MUSLIM ISTIQOMAH DALAM KEJUJURAN?¹⁾

Purnomo Adji

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam-Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Airlangga

Email: purnomo.adji@-12@feb.unair.ac.id

Muhammad Nafik Hadi Ryandono

Departemen Ekonomi Syariah-Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas Airlangga

Email: muhammadnafik@feb.unair.ac.id

ABSTRACT:

The aim of this research is to find out and understand the integrity of muslim traders in honesty (ash-shidqu) while doing their job. This research uses explanatory qualitative case study approach. Data collection was done by doing interviews and documentation towards the research objects who were three convenience store merchants in Tenggilis area in Surabaya. The result is the istiqomah (having integrity) attitude of the merchants are classified into to aspects which are material and religiosity. The thing behind their actions to be istiqomah in honesty is their fear towards Allah SWT and the impact that will come up if they are not dishonest and unjustifiable in doing their trade.

Keywords: muslim merchant, istiqomah (having integrity), honesty.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ekonomi Islam atau ekonomi berbasis syariah adalah sebuah sistem ekonomi yang memiliki tujuan utama untuk kesejahteraan umat. Sistem ekonomi syariah berpedoman penuh pada Al-Qur'an dan As-Sunnah. Hukum-hukum yang melandasi prosedur transaksinya sepenuhnya untuk kemaslahatan masyarakat, sehingga tidak ada satu pihak yang merasa dirugikan. Kesejahteraan masyarakat dalam ekonomi Islam tidak hanya diukur dari aspek materiilnya, namun mempertimbangkan dampak sosial, mental dan spiritual individu serta dampak yang ditimbulkan bagi lingkungan. Syariat Islam telah mengajarkan tata cara manusia dalam menjalankan hidupnya dari segala aspek. Tidak hanya dalam aspek religius, tetapi juga mengatur

hubungan manusia dengan alam, dan menghindarkan dari perilaku-perilaku menyimpang agar dapat tercipta kedamaian dan ketentraman.

Islam mengatur segala hal yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi manusia, sehingga tidak hanya berorientasi pada kebahagiaan dunia, tetapi juga kebahagiaan di akhirat kelak. Dalam memenuhi keperluan hidup, syariat Islam untuk saling bekerjasama dan tolong menolong dalam hal dan terhindar dari kemungkaran. Dengan kata lain konsep keseimbangan yang diserukan dalam ekonomi Islam berupa konsep ekuilibrium yang dipahami dengan keseimbangan hidup di dunia maupun di akhirat bagi para pelaku usaha Muslim (Badroen, 2007: 92).

Islam sebagai agama yang sempurna telah memberikan petunjuk

¹⁾Jurnal ini merupakan bagian dari skripsi dari Purnomo Adji, NIM: 040811645, yang diuji pada 8 Agustus 2016

kepada manusia tentang cara berwirausaha yang baik, dan bagaimana manusia harus mengatur hubungan kerja dengan sesama supaya memberikan manfaat yang baik bagi kepentingan bersama dan dapat menciptakan kesejahteraan serta kemakmuran hidup bagi segenap manusia. Oleh karena itu dalam bidang wirausaha, Islam benar-benar memberikan petunjuk-petunjuk yang jelas untuk dapat dijadikan pedoman melakukan kegiatan berwirausaha yang baik. Hal itu tidak lepas dari doktrinasi-doktrinasi agama Islam yang termuat dalam Al-Qur'an dan Hadits yang di dalamnya terkandung nilai-nilai mulia dan sifat-sifat terpuji (Sudarsono, 1989: 41).

Dalam bisnis-bisnis konvensional, segala sesuatunya mengacu pada satu titik, yaitu mendapat keuntungan materiil sebanyak-banyaknya. Dampak yang ditimbulkan dari tujuan awal bisnis secara konvensional menyebabkan pelaku bisnis cenderung untuk mengumpulkan harta sebanyak-banyaknya sehingga menghalalkan segala cara dan mengesampingkan nilai moral yang seharusnya dipertahankan, dan kurang memperhatikan dampak yang ditimbulkan bagi individu lain (Siddik Al-Haji, 1993: 12).

Buchari dan Priansa (2009:131) menjelaskan bahwa pekerjaan berdagang ataupun jual beli adalah salah satu dari pekerjaan bisnis. Kebanyakan dari masyarakat kita bila berdagang selalu ingin mencari laba

besar. Jika ini menjadi tujuan utamanya maka akan berusaha untuk menghalalkan segala cara. Dalam hal ini sering terjadi perbuatan negatif, yang akhirnya menjadi kebiasaan.

Hal ini sangat berbeda dengan bisnis-bisnis yang dilandasi atas hukum Islam. Implementasi dari bisnis yang berbasis syariah tidak hanya berfokus pada mencari keuntungan materiil sebanyak-banyaknya, namun aspek keuntungan non-materiil yaitu, kesabaran, kesukuran, kepedulian, serta menjauhkan diri dari sifat kikir dan tamak. Dengan begitu bisnis atau berdagang yang berbasis dengan syariah Islam akan mempertahankan prinsip Islami seperti kejujuran, keramahan, amanah dan lainnya (Sudarsono, 1989: 42). Bisnis atau berdagang yang dilandasi oleh syariah akan menjauhkan pelaku dari perbuatan tercela, penipuan, merusak lingkungan, dan perbuatan-perbuatan yang dapat merugikan diri sendiri maupun lingkungannya yang telah diatur melalui syariat Islam (Nawatmi, 2010: 55).

Hilangnya kejujuran (*ash-shidqu*) dalam perilaku pedagang maupun pelaku bisnis atau dagang menimbulkan sikap untuk mencari pendapatan yang tidak halal dikarenakan proses untuk mencari keuntungan dalam dagangnya tidak sesuai syariah Islam yang jauh dari kejujuran (*ash-shidqu*), sehingga harta yang diperoleh adalah harta yang berdasarkan kedustaan dan riba. Seluruh ulama sepakat mengenai haram hukumnya harta yang diperoleh secara

riba. Seseorang dilarang memiliki dan menikmati harta riba tersebut dan harus dikembalikan kepada pemiliknya.

Kekuatan sistem ekonomi syariah begitu nyata sebagai dasar bisnis baik bisnis dagang maupun lainnya. Bisnis syariah dapat menciptakan asas kejujuran, dan transparansi dalam menjalankan bisnisnya, sebagaimana yang dilakukan Rasulullah SAW selalu menerapkan sifat jujur dan selalu menjaga hal-hal positif lainnya dalam berdagangnya. Sebagai pemimpin perusahaan, beliau selalu jujur, baik kepada *company* (pemegang saham), *customer* (nasabah), *competitor* (pesaing), maupun kepada *people* (karyawannya sendiri), sehingga bisnis atau perdagangan ini benar-benar dijalankan dengan prinsip-prinsip kebenaran dan kejujuran (Kartajaya dan Sula, 2006: 121).

Praktek ekonomi Islam mengharuskan adanya moralitas atau etika yang mencerminkan Islam, antara lain: persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparancy*) dan keadilan (*justice*). Jika nilai-nilai ini telah ditegakkan maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar. Namun dalam realitanya etika tersebut belum tentu mampu dipraktekan secara holistik. Sebab secara umum berdasarkan teori Islam mengatur muamalah yang diperbolehkan dan melarang muamalah yang mampu merugikan antar pihak, sulit dipraktekan jika menghadapi sebuah peluang bisnis atau dagang yang mampu merubah perilaku jujur, seperti terdapat

tingkat kecenderungan memperoleh keuntungan sebesar mungkin yang mampu mengubah akal pikiran untuk meraupnya secara instan, sehingga mengabaikan aturan-aturan syariat.

Salah satu rahasia keberhasilan Rasulullah SAW sebagai seorang pedagang adalah karena sifat jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dagang dengan para pelanggannya. Sifat-sifat ini tumbuh melekat dalam diri beliau sehingga dikenal dengan sebutan *Al-Amin*, yaitu *Shiddiq* (jujur), *Tabligh* (dapat menyampaikan ajaran sebenarnya), *Amanah* (dapat dipercaya) dan *Fathanah* (cerdas). Keempat karakter tersebut menjadi kunci sukses Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis. Hal itu dibuktikan dengan dikenalnya Nabi Muhammad SAW.

Kartajaya dan Sula (2006: 120-134) menjelaskan bahwa ada empat hal yang menjadi kunci kesuksesan dalam mengelola suatu bisnis, yaitu *shiddiq* (jujur), *tabligh* (dapat menyampaikan ajaran sebenarnya), *amanah* (dapat dipercaya), dan *fathanah* (cerdas) yang merupakan sifat-sifat nabi Muhammad SAW. Rasulullah SAW telah memerintahkan umatnya untuk mengikuti dan menaati Allah dan rasulnya, jika Rasulullah SAW berbisnis dan berdagang dengan sifat kejujuran maka wajib bagi para pedagang muslim untuk mengikutinya.

Tasmara (2006: 133) berpendapat, kejujuran merupakan eksistensi kehidupan yang mutlak, pasti, dan persyaratan yang tidak bisa diganggu gugat, karena

kejujuran adalah sikap manusia yang paling esensial. Oleh karena itu dalam perdagangan, Islam mengharuskan manusia untuk hanya mempertahankan ajaran agama dan Rasulnya baik dalam berdagang maupun bisnis lainnya. Perilaku yang baik adalah perilaku yang tidak mengutamakan kedustaan ataupun kebohongan (*al kidzbu*) dan mengutamakan kejujuran dalam segala tindakan hal tersebut akan menjadikan penghasilan yang halal, yang meliputi halal dari segi materi, halal dari cara perolehannya, serta juga harus halal dalam cara pemanfaatan atau penggunaannya. Sebagai suatu agama yang universal, Islam mengandung tuntunan kehidupan menuju kemaslahatan bagi manusia. Persoalan ekonomi merupakan suatu persoalan yang erat hubungannya dengan kemaslahatan bagi manusia. Karena kegiatan ekonomi merupakan tabiat manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiksi dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Oleh karena itulah, Allah memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *shiddiq* dan juga dianjurkan untuk menciptakan lingkungan yang *shiddiq*.

Untuk menjadi seorang pedagang Muslim yang *kaaffah*, dalam menjalankan kegiatannya (berbisnis) harus dilandasi

dengan kejujuran. Apabila orang berbisnis tidak jujur, maka tanggunglah kehancurannya, dan apabila ia jujur, maka ia akan mendapat keuntungan dari segala penjurur yang tidak ia duga dari mana datangnya.

Dalam hal ini, tentunya permasalahan yang timbul adalah bagaimana pedagang muslim dalam mempertahankan kejujuran (*ash-shidqu*) di segala tindak dan perilakunya dalam berdagang dan bagaimana pedagang tersebut berusaha untuk tidak terpengaruh dengan lingkungannya yang bukan tergolong lingkungan Islami. Tentunya para pedagang Muslim dalam *istiqamah* dalam mempertahankan sifat kejujuran (*ash-shidqu*) telah memiliki prinsip dan motivasi tersendiri. Dimanapun tempat dan keadaannya dalam Islam sendiri telah diatur bagaimana cara bisnis dagang yang baik dan jujur. Namun sikap dalam mengimplementasikan dan berpegang teguh pada kejujuran dalam berdagang di tengah-tengah sistem ekonomi yang bercampur baur ini tidaklah mudah.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang ingin diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana pedagang Muslim mampu bersikap *istiqamah* untuk jujur dalam berdagang?

II. LANDASAN TEORI

Al-Qur'an menyebutkan perdagangan adalah suatu yang dapat mendatangkan keuntungan, sehingga ketentuan dan praktek perdagangan

dalam Al-Qur'an secara global dijelaskan antara yang diperbolehkan dan yang tidak diperbolehkan. Lebih jelasnya, perdagangan merupakan suatu usaha yang terbaik yang disyariatkan seperti yang diisyaratkan dalam Hadits Nabi SAW (Al-Bassam, 2003: 218).

Adapun perdagangan secara istilah adalah mengambil sesuatu dan memberikan sesuatu yang lain. Secara terminologi didefinisikan sebagai usaha atau proses tukar menukar harta benda dengan harta benda yang lain yang bertujuan untuk memiliki, yaitu dengan melalui proses suatu hal yang ditunjukkan melalui bentuk-bentuk ucapan kalimat akad perdagangan, dan hal-hal yang ditunjukkan melalui perbuatan (Al-Bassam, 2003: 211). Proses tukar menukar barang (*barter-trader*) terjadi pada awal sejarah umat manusia sebelum dibentuknya peraturan perdagangan. Perdagangan ini diatur oleh suatu kebiasaan (*adat*) yang telah disetujui hingga berkembang sesuai dengan perkembangan zaman (Siddik Al-Haji, 1993: 45).

Djakfar (2012: 167), seorang Rasul adalah manusia pilihan Tuhan yang dijadikan *uswah* kepada umat manusia. Muhammad SAW adalah di antara para Rasul yang ditugasi menyampaikan kebenaran kepada umat manusia khususnya umat Islam. Oleh karena itu segala perilakunya, jelas perlu menjadi cermin kebajikan dan kebenaran bagi kita, tanpa kecuali dalam persoalan bisnis.

Dalam kaitan dengan masalah bisnis, paling tidak ada dua perilaku

Rasulullah SAW yang patut menjadi *uswah* bagi para pedagang dan para pembisnis. Yaitu etos kerja dan etika dalam berbisnis maupun berdagang. Salah satu rahasia keberhasilan Rasulullah SAW sebagai seorang pedagang adalah karena sifat jujur dan adil dalam mengadakan hubungan dagang dengan para pelanggannya (Haekal, 2009). Sifat-sifat ini tumbuh melekat dalam diri beliau sehingga dikenal dengan sebutan *Al-Amin*. Gelar *Al-Amin* yang diterima Rasulullah SAW dari suku Quraisy tidak terlepas dari empat sifat beliau lainnya yaitu *Shiddiq, Tabligh, Amanah, dan Fathanah*. Keempat karakter tersebut menjadi kunci sukses Nabi Muhammad SAW dalam berbisnis. Hal itu dibuktikan dengan dikenalnya Nabi Muhammad SAW sebagai pedagang yang sukses.

Prinsip kejujuran merupakan nilai yang paling mendasar dalam mendukung keberhasilan kinerja bisnis. Kegiatan bisnis akan berhasil dengan gemilang jika dikelola dengan prinsip kejujuran. Baik terhadap karyawan, konsumen, para pemasok, dan pihak-pihak yang terkait dengan kegiatan bisnis ini. Jujur dalam perdagangan berarti adalah penjual memberikan kepada pembeli haknya, salah satu perilaku jujur yang dilakukan oleh pedagang adalah tidak menjual barang dengan adanya kecurangan baik dari segi harga, keuntungan, dan tidak mengurangi timbangannya, sebagaimana ayat Al Qur'an sebagai berikut:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝۱

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (Yang dimaksud dengan orang-orang yang curang di sini ialah orang-orang yang curang dalam menakar dan menimbang). (QS. Al Muthaffifin (83): 1)

Jika prinsip kejujuran ini dapat dipegang teguh oleh pelaku bisnis, maka akan dapat meningkatkan kepercayaan dari lingkungan dari pebisnis itu sendiri seperti kepercayaan dari konsumen serta kepercayaan dari rekan bisnis tersebut. Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat atau akad seperti yang telah dijelaskan dalam ajaran Islam. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja terhadap rekan bisnis.

Istiqomah merupakan sebuah refleksi dari hasil perbuatan seseorang. Secara etimologi *istiqamah* merupakan asal kata dari *istaqaama-yastaqimu* yang berarti berdiri tegak lurus (Baalbaki, 1995: 97).

Pengertian tersebut jika dihubungkan dengan pelakunya (pedagang) maka berarti dia memiliki suatu tujuan yang ingin dicapai dalam kehidupannya, seperti tujuan untuk mencapai kebahagiaan, baik kebahagiaan di dunia maupun di akhirat (Zuhdi, 2011: 111-128). Hal ini senada dengan hadits Rasulullah yang

diriwayatkan oleh Abu Amr (Nawawi, 2007: 24):

عَنْ أَبِي عَمْرٍو سَعْيَانَ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قُلْتُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، قَالَ لِي فِي الْإِسْلَامِ قَوْلًا لَا أَشْأَلُ عَنْهُ أَحَدًا غَيْرَكَ؟ قَالَ: قُلْ أَمَنْتُمْ بِاللَّهِ ثُمَّ اسْتَقَمُوا (رواه مسلم)

Dari Abu Amr ra., berkata: Saya bertanya: Wahai Rasulullah, katakanlah kepadaku satu ucapan saja dalam Islam yang tidak akan aku tanyakan lagi kepada orang lain. Rasul menjawab, "Katakanlah aku beriman kepada Allah, kemudian beristiqomahlah kalian semua". (HR. Muslim).

Berdasarkan hadits di atas dapat diketahui maksud dari *istiqamah* adalah menempuh jalan atau agama yang benar dan tidak berpaling dari apa yang tercakup dalam semua bentuk ketaatan kepada Allah baik secara lahir maupun batin, serta meninggalkan segala bentuk larangan-Nya (Rajab, 2004: 607). Pengertian tersebut menyangkut keimanan yang ada dalam diri seseorang, sehingga melibatkan dirinya dan orang lain dalam berinteraksi atau bermuamalah dalam kehidupannya sehari-hari. Oleh sebab itu pengertian *istiqamah* dalam *mu'amalah*, terutama hubungannya dengan ekonomi dapat dipahami dengan hubungan antara janji dengan implementasi, peraturan yang lebih tinggi dengan peraturan yang lebih rendah, serta aturan main dengan pelaksanaannya (Solichah, 2013: 4).

Demikian ini *istiqamah* memiliki peranan yang sangat penting, baik dalam berakidah, berperilaku maupun dalam implementasi ekonomi Islam. Pada

permasalahan ini, *istiqamah* dalam *mu'amalah* diibaratkan sebagai hiasan pakaian yang memiliki daya tarik tersendiri bagi mata yang memandangnya, sebab hal tersebut tidak hanya menarik bagi Muslim, tetapi juga bagi non-Muslim karena konsistensi dalam Islam merupakan kekayaan khazanah ilmu pengetahuan dan kebudayaan, dan perilaku atau akhlak Muslim itu sendiri yang mampu sejalan dengan ajaran dan tuntunan Islam dalam bermu'amalah atau melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi (Azaim, 2015: 11).

Kartajaya dan Sula (2006: 120) menyebutkan bahwa terdapat empat sifat dari Rasulullah yang menjadi kunci kesuksesan dalam mengelola bisnis perdagangannya, yaitu *Shiddiq* (jujur), *Amanah* (dapat dipercaya), *Fathanah* (cerdas) dan *Tabligh* (kemampuan untuk menyampaikan sesuatu ajaran) empat sifat tersebut adalah merupakan sifat-sifat nabi Muhammad SAW yang termashur dikalangan pembeli saat itu.

Shiddiq artinya benar dan jujur. Rasulullah SAW selalu mempertahankan sifat ini dalam hidupnya baik dalam mengelola usahanya maupun dalam segala hal. Sebagai pemimpin perusahaan, beliau selalu bersifat jujur, baik kepada *company* (pemegang saham), *customer* (nasabah), *competitor* (pesaing), maupun kepada *people* (karyawannya sendiri), sehingga bisnis ini benar-benar dijalankan dengan prinsip-prinsip kebenaran dan kejujuran (Kartajaya dan Sula, 2006: 121).

Qardhawi (2001: 293), bahwa diantara transaksi untuk usaha dagang maupun bisnis lainnya adalah kejujuran. Kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang beriman. Bahkan kejujuran adalah karakteristik para nabi. Tanpa kejujuran kehidupan agama tidak akan berdiri tegak dan kehidupan dunia tidak akan berjalan baik. Sebaliknya kebohongan adalah pangkal cabang kemunafikan dan ciri-ciri orang-orang munafik.

Cacatnya perdagangan di dalam pasar disebabkan oleh kebohongan, manipulasi, dan mencampur aduk kebenaran dengan kebatilan, baik secara dusta dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan dan mengunggulkan atas lainnya, dalam memberitahukan tentang harga belinya atau harga jualnya kepada orang lain maupun tentang banyaknya pemesanan dan lain sebagainya.

Sifat *shiddiq* bagi seorang pedagang haruslah menjwai seluruh perilakunya dalam melakukan usaha dagangnya. Ia akan senantiasa *shiddiq* dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi dengan pembeli, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya. Ia senantiasa mengedepankan kebenaran informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan keunggulan produk-produk yang dimilikinya. Sekiranya dalam produk yang dipasarkan terdapat kelemahan atau cacat, maka ia menyampaikan secara jujur kelemahan atau cacat dalam produknya

kepada calon pembeli. Inilah bisnis syariah yang diwarnai oleh sifat *shiddiq*-nya Nabi Muhammad SAW, sebagaimana beliau juga mencontohkan hal yang sama ketika melakukan perdagangan.

Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiksi dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Oleh karena itulah, Allah memerintahkan orang-orang yang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *shiddiq* dan juga dianjurkan untuk menciptakan lingkungan yang *shiddiq*.

Kejujuran dalam perdagangan akan mendatangkan berkah dan menjadi kunci sukses dalam berdagang (Sa'aduddin, 2006: 181). Kejujuran dalam dunia bisnis atau perdagangan, bisa juga ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan (*mujahadah* dan *itqan*). Tampilannya dapat berupa: ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), melakukan perbaikan secara terus-menerus, menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu (baik kepada diri sendiri, teman sejawat, perusahaan maupun mitra kerja, termasuk informasi melalui iklan-iklan di media tulis dan elektronik). Bisnis yang dipenuhi kebohongan dan manipulasi seperti ini insya Allah tidak akan mendapat rahmat dan barokah dari Allah SWT.

III. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dimana data yang terkumpul akan diolah dan dianalisis secara deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada proses yaitu tidak menjadikan hasil penelitian sebagai orientasi keberhasilan suatu data melainkan kebenaran dari hipotesis yang disajikan melalui hasil penelitian gejala sosial yang ada. Menurut Yin (2009: 2) pendekatan kualitatif adalah pendekatan dengan menggunakan data yang berupa kalimat tertulis atau lisan, peristiwa-peristiwa, pengetahuan atau proyek studi yang bersifat deskriptif.

Penelitian kualitatif ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori atau yang lebih sering dikenal sebagai deskriptif. Penulis menggunakan jenis penelitian ini karena ingin menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel lainnya atau bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus.

Penelitian ini mendeskripsikan fenomena dan kenyataan dalam studi kasus yang dipilih, karena penelitian ini menggunakan pertanyaan "bagaimana" untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah yaitu "bagaimana pedagang Muslim *istiqamah* dalam kejujuran?". Hal ini sesuai dengan pernyataan Yin (2002: 18) yang menjelaskan bahwa pertanyaan "bagaimana" atau "mengapa" akan diarahkan ke serangkaian peristiwa

kontemporer, dimana penelitiannya hanya memiliki peluang yang kecil sekali atau tidak mempunyai peluang sama sekali untuk melakukan kontrol terhadap peristiwa tersebut.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan fase terpenting dalam penelitian, karena hal tersebut berhubungan dengan masalah penelitian yang akan dipecahkan. Teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif diantaranya adalah observasi, partisipasi, studi dokumen, dan wawancara (Yin, 2009: 90). Penelitian mengenai bagaimana pedagang Muslim *istiqamah* dalam kejujuran?, ini membutuhkan data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan kedua sumber data tersebut berbeda satu dengan lainnya. Data primer diperoleh melalui wawancara semi standar (*open-ended*), yaitu proses tanya jawab yang dilakukan kepada informan tentang fakta-fakta maupun opini informan tersebut terkait dengan fenomena yang menjadi kasus penelitian agar diperoleh data yang dibutuhkan (Yin, 2009: 108-109). Data sekunder sebagai data pendukung penelitian yang bersifat non-manusia dapat diperoleh berupa dokumen resmi dari yang bersangkutan, artikel di internet dan literatur serta jurnal-jurnal terkait penelitian ini. Hasil observasi dan wawancara akan lebih dapat dipercaya atau kredibel jika didukung oleh beberapa sumber yang terkait dengan fokus penelitian.

Teknik Analisis

Setelah dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan pendekatan di atas, kemudian data tersebut dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Analisa data ini dimaksudkan agar data yang diperoleh dari lapangan dapat dengan mudah dibaca dan dipahami sebagai upaya menemukan jawaban atas permasalahan penelitian. Yin (2014) menjelaskan tiga jenis teknik analisis antara lain: penjadohan pola, pembuatan eksplanasi dan analisis deret waktu. Dengan membandingkan ketiga jenis teknis analisis diatas, peneliti memilih teknik analisis data pembuatan eksplanasi untuk menjelaskan hasil penelitian yang sesuai dengan jenis penelitian peneliti yaitu deskriptif yang membutuhkan penjelasan yang lebih fokus pada tujuan penelitian ini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kejujuran Pedagang Toko Kelontong

Pemahaman *istiqamah* dalam kejujuran berdagang yang dilakukan oleh pedagang Muslim menjadi obyek penelitian ini. Mayoritas pedagang yang berdagang toko kelontong di area Tenggilis merupakan pedagang Muslim dan 3 pedagang atau pemilik usaha toko kelontong dipilih dengan kriteria tertentu yaitu pedagang yang beragama Islam dan memiliki toko di daerah Tenggilis sebagai seorang informan utama beserta pembeli yang menjadi triangulasi. Masing-masing informan utama diambil 3 informan triangulasi.

Prinsip-prinsip etika yang diterapkan oleh pedagang dan konsumen diketahui dengan sifat jujur yang diterapkan oleh pedagang dan pertanggungjawabannya terhadap konsumen. Begitu pula perasaan puas yang dialami oleh konsumen melalui sikap yang dilakukan oleh pedagang dengan mengembalikan kunci konsumen, meskipun hal itu di luar dari kegiatan ekonomi, namun berdampak pada penilaian konsumen terhadap pedagang dengan menyatakan bahwa pedagang tersebut termasuk orang yang jujur. Konsumen bernama Fitriana memberikan pernyataan sikap dengan komentar:

"Jujur, Jarang-jarang ngga ada, ngga yang lain."

Penilaian konsumen dalam prinsip kebajikan dan kejujuran yang dilakukan oleh para pedagang toko kelontong di kawasan daerah Tenggilis, juga dinyatakan oleh Bapak Teguh Hutomo yang telah menjadi konsumen toko kelontong 32 selama 5 hingga 6 tahun, dengan membandingkan harga yang berlaku di pasaran serta kondisi barang dagangan yang dinilai layak dan sesuai dengan permintaan konsumen.

"Iya jujur. Iya sudah jujur"

"Alasan saya soalnya saya pernah beli lain-lain toko tetapi itu harganya hampir sama semua."

"Plastiknya seperti plastik itu ya, plastiknya itu bagus ndak ada apa-apa maksudnya itu sobek-sobek ndah ada. Bagus itu plastiknya."

Praktek perdagangan sehari-hari para pedagang toko kelontong di

kawasan daerah Tenggilis tersebut menerapkan konsep *ahsanu 'amalan* seperti yang disebutkan dalam surat Al-Mulk ayat 2:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا وَهُوَ الْعَزِيزُ
الْعَفُورُ ۚ

"Yang menjadikan mati dan hidup, supaya dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya (*ahsanu 'amalan*). Dia Maha Perkasa lagi Maha Pengampun." (QS. Al-Mulk (2): 2)

Aplikasi dan maksud dari nilai *ahsanu amalan* pada ayat tersebut dalam kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh para pedagang toko kelontong, yaitu menjauhi keharaman dan taat kepada Allah SWT (Qurthubi, 2006: 112). Sedangkan penerapan *ahsanu 'amalan* menurut Qadri Azizi yang disebutkan oleh Shul-toni dkk. (2011), bermakna sebagai implementasi dari konsep sabar, kerja keras, *qana'ah*, tawakkal, zuhud, amanah, kooperatif, menepati janji, ulet, pandai membaca peluang, kreatif dan kompetitif yang dipraktekkan secara benar (Shul-toni, 2011: 15).

Demikian ini, ekonomi Islam dalam praktek perdagangan yang dilakukan oleh para pedagang toko kelontong di kawasan daerah Tenggilis tersebut menerapkan sistem ekonomi Islam yang bertanggungjawab. Artinya pengetahuan yang didapatkan oleh para pedagang dalam mengimplementasikan kegiatan berdagangnya, tidak semata-mata untuk mencari material atau menumpuk

kekayaan saja, melainkan sebagai proses pencarian keselamatannya untuk kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Praktek perdagangan para pedagang toko kelontong di atas secara umum menerapkan prinsip-prinsip dagang atau bisnis yang bersumber dari Al-Qur'an, berupa kesatuan (*unity*), keseimbangan atau keadilan (*equilibrium*), bebas berkehendak (*free will*), pertanggungjawaban (*responsibility*), dan kebenaran atau kebajikan.

Keistiqamahan Kejujuran Pedagang Toko Kelontong

Pemahaman dan pengembangan diri yang mampu menciptakan kepribadian yang handal dengan diterapkannya istiqamah, yaitu sikap berpegang teguh terhadap ajaran-ajaran agama Islam sebaik mungkin, dapat dilakukan melalui cara-cara sebagai berikut (Zuhdi, 2011: 111-128):

1. Pembiasaan (*conditioning*), yaitu perilaku atau perbuatan pedagang yang dilakukan secara terus menerus atau konsisten dengan membutuhkan waktu tertentu, sehingga menjadi sebuah kebiasaan yang sulit ditinggalkan.
2. Mencari percontohan atau suri tauladan. Proses ini dilakukan sebagai bentuk peniruan atau identifikasi diri untuk mencapai tahap-tahap yang diinginkan seseorang dalam perilaku yang telah dilakukan oleh orang yang dikagumi tersebut. Suri tauladan utama yang dilakukan oleh para pedagang merujuk langsung kepada Nabi SAW

sebagai panutan seluruh alam melalui pengetahuan mereka terhadap syariat Islam dalam menerapkan sistem perdagangan mereka.

3. Pemahaman, penghayatan dan penerapan secara sadar untuk menerapkan apa yang telah dipelajari dan dipahami dalam nilai-nilai, prinsip-prinsip dan perilaku yang dianggap baik untuk diimplementasikan. Pemahaman dan penghayatan dielaborasi melalui pemahaman mereka terhadap pengetahuan Islam yang dihayati melalui praktik perdagangan yang mereka lakukan dengan menghayati segala sesuatu konsekuensi atau dampak yang diakibatkan dari perilaku dagang. Para pedagang tersebut sebenarnya telah mempraktikkan dan memahami nilai-nilai dari praktik perdagangan yang selama ini dilakukan, sehingga dalam perjalanan waktu, praktik tersebut mampu menjiwai dan melekat pada kehidupan berdagang mereka.
4. Ibadah, yaitu berbuat kebaikan dengan menyandarkan diri ikhlas melakukannya hanya semata-mata karena Allah SWT. Ibadah dalam perdagangan ini berarti luas, tidak hanya sebatas ibadah *mahdhal* seperti, shalat, puasa dan haji, melainkan memahami dan mempraktekkan konsep dan teori ajaran agama Islam sebaik mungkin dengan melandasi diri bahwa bekerja adalah ibadah.

Metode di atas tersebut bertujuan untuk menjaga sumber dan melakukan tuntunan hidup sehari-hari dengan lingkungan yang dihadapi, sehingga mendatangkan dan memperoleh perasaan bermakna untuk menuju kepribadian Muslim (Bastaman, 2001). Para pedagang toko kelontong di kawasan daerah Tenggilis mengimplementasikan *istiqamah* dalam kejujuran sebab didasarkan pada pengetahuan yang selama ini mereka dapatkan dalam proses berdagang. Meskipun demikian hal itu terbukti bahwa praktek tersebut juga tercermin dalam ekonomi Islam dengan tujuan untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Secara sosial dan perkembangannya, mereka cenderung memilih hal tersebut sebagai sumber untuk mencapai keuntungan dalam berdagang. Namun keuntungan tersebut tidak berdasarkan pada keuntungan yang diterapkan oleh sistem kapitalis, yaitu mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa didasari unsur agama yang mengaturnya, melainkan keuntungan yang didasarkan pada penerapan harga sebagaimana standar yang berlaku di pasar, sehingga tidak menimbulkan kerugian antara pihak satu dengan lainnya.

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dijelaskan, peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Adapun sikap *istiqomah* dalam kejujuran yang dilakukan para pedagang terdapat dua klasifikasi sebagai berikut:
 - a. Material: pedagang toko kelontong berjualan dengan tujuan untuk memenuhi kehidupannya, sehingga melakukan perdagangan di toko kelontong merupakan upaya untuk mencapai keuntungan. Namun tidak hanya itu, mereka berdagang dengan mengimplementasikan syarat dan rukun jual beli yang telah ditetapkan dalam ajaran Islam. Hasil dari keistiqomahan mereka berupa perkembangan pesat secara fisik, yaitu perkembangan toko yang semula merupakan toko kelontong kecil menjadi toko kelontong yang cukup besar dengan barang dagangan yang cukup variatif dibandingkan sebelumnya dan kepercayaan yang didapat dari konsumen sehingga mendapatkan pelanggan yang semakin banyak yang berjumlah sekitar 25-30 perharinya. Dampak dari hal tersebut berupa meningkatnya pendapatan yang lebih banyak dari sebelumnya.
 - b. Religiusitas: Meskipun keuntungan materi didapat, kehidupan dalam

berdagang mereka secara umum tidak meninggalkan prinsip-prinsip utama dalam ekonomi Islam. Prinsip ekonomi Islam yang mereka terapkan tidak lebih dari pemahaman dan pengetahuan yang telah mereka dapatkan selama ini mengenai cara dan praktik perdagangan, yaitu dengan mengimplementasikan kejujuran, keadilan dan tanggung jawab sebagai pedagang kepada konsumen. Mereka percaya bahwa dengan melakukan berdagang dengan maksud dan niat yang baik merupakan salah satu bentuk ibadah kepada Allah SWT.

2. Hal-hal yang melatarbelakangi para pedagang muslim untuk *istiqomah* dalam kejujuran tidak lain disebabkan ketakutan mereka terhadap Allah SWT dan dampak yang akan ditimbulkan jika tidak berlaku jujur dan adil dalam praktek perdagangan mereka. Demikian juga faktor ketakutan kehilangan pelanggan, jika tidak menerapkan *istiqomah* dalam kejujuran dan keadilan untuk berdagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, & Donni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Bassam, Abdullah bin Abdur Rahman. 2003. *Taudhih Al-Ahkam min Bulugh Al-Maram*. Juz IV. Mekah: Maktabah Al-Asadi.
- Al-Ghazali, Imam. 1992. *Ihya' Ulumuddin Jilid II*. Terjemahan oleh H. Moh. Zuhri. Semarang: ASY SYIFA'.
- Al-Haji, Abdullah Siddik. 1993. *Inti Dasar Hukum Dagang Islam*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Azaim, Ahmad. 2015. *Integritas Iman & Istiqomah Dalam Memberentuk Manusia Paripurna (Al-Insan Al-Kamil)*, Jurnal Lisan Al-Hal, Vol. 7, No. 1, Juni.
- Baalbaki, Rohi. 1995. *Al-Mawrid*. Beirut: Dar Ilm lil Malayin.
- Badroen, Faisal. 2007. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bastaman, Hanna Djumhana. 2001. *Integrasi Psikologi dengan Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Depok: Penebar Plus Imprint.
- Haekal, Muhammad Husain. 2009. *Biografi Rasulullah Muhammad SAW*. Bogor: Litera Antar Nusa.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Nawatmi, Sri. 2010. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Fokus Ekonomi. April. Vol. 9. no 1.
- Nawawi, Imam. 2007. *Al-Arba'in An-Nawawiyah*. Jakarta: Ubay Tanzil.
- Qardhawi, Yusuf. 2001. *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Qurthubi. 2006. *Al-Jami' li Ahkam Al-Qur'an*, vol. XXI. Beirut: Muassasah Ar-Risalah.
- Rajab, Ibnu. 2004. *Jami' al-Ulum wa Al-Hikam*, Tahkik: Muhammad Al-Ahmedi Abu An-Nur. Kairo: Dar As-Salam.
- Sa'aduddin, Imam Abdul Mukmin. 2006. *Meneladani Akhlak Nabi Membangun Kepribadian Muslim*. Bandung: Rosdakarya.
- Shultoni, dkk. 2011. *Bisnis Masyarakat Santri*. Jurnal Penelitian, vol. 8, no. 1.
- Solichah, Siti Imroatus. 2013. *Analisis Konsistensi Perencanaan dan Penganggaran di Kabupaten TulungAgung (Studi Pada Bidang Pendidikan dan Kesehatan Tahun 2010-2012)*. Malang: Universitas Brawijaya.

Sudarsono. 1989. *Etika Islam Tentang Kenakalan Remaja*. Jakarta: Bina Aksara.

Tasmara, Toto. 2006. *Spiritual Centered Leadership-Kepemimpinan Berbasis Spiritual*. Jakarta: Gema Insani.

Yin, Robert K. 2002. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

_____. 2009. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

_____. 2014. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.

Zuhdi, Harfin. 2011. *Istiqomah dan Konsep Diri Seorang Muslim*, *Religia*, Vol. 14, No. 1, April.