

Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Kuliner di Pusat Pasar Kota Medan

¹Nurhalimah Sibuea, ²Subaktiar, ³Adriansyah, ⁴Mukti Hakim

^{1,2}Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Alwashliyah

³Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Alwashliyah

⁴Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

Email : 1nurhalimahsibuea613@gmail.com, 2subaktiar743@gmail.com,
3adriansyahyoes@gmail.com, 4muktihakim1193@gmail.com

Corresponding Author : nurhalimahsibuea613@gmail.com

Abstract

This study used a qualitative approach with field research. The subjects were food and beverage vendors at the Medan City Market Center. Data sources consisted of primary and secondary data, with data collection techniques using interviews, observation, and documentation. The results of the study indicate that 1). Food vendors at the market center are able to implement three aspects of Islamic business axioms: equilibrium, free will, and responsibility, but have not been able to implement the aspect of unity. 2). Obstacles faced by food vendors in implementing Islamic business ethics include the idea that trading is more important than fulfilling obligations as Muslims. Furthermore, there are obstacles in inadequate waste management regulations, so good cooperation is expected between food vendors, buyers, and the relevant government. 3). The implementation of Islamic business ethics among food vendors at the market center aims to increase education about the importance of trading based on Islamic business ethics, thus enabling food vendors to conduct transactions properly and in accordance with Islamic law.

Keywords : *Islamic Business Ethics, Vendors, Culinary.*

1. Pendahuluan

Ekonomi adalah suatu kajian tentang upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya melalui aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh seseorang yang bertanggungjawab atas kebutuhan dan kebahagiaan bagi kehidupannya. Ekonomi juga sebagai pengetahuan tentang peristiwa dan persoalan yang berkaitan dengan upaya manusia secara perseorangan (pribadi), kelompok (keluarga, suku bangsa, organisasi) dalam memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas, yang dihadapkan pada sumber yang terbatas. Kegiatan bermuamalah dalam perekonomian sangat penting. Manusia dan ekonomi tidak dapat dipisahkan dalam hal pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Berbagai interaksi di bidang pertanian, perindustrian, perdagangan dan lain sebagainya membentuk roda perekonomian yang mengantarkan manusia menuju perubahan yang lebih baik dan sejahtera. Apabila sistem ekonomi digabung dengan kata Islam, maka ada perbedaan antara sistem ekonomi pada umumnya dengan sistem ekonomi Islam. Oleh karena itu, sistem ekonomi Islam dimaknai sebagai penerapan ilmu ekonomi dalam praktek sehari-hari bagi individu maupun kelompok masyarakat dalam rangka mengorganisir faktor produksi, distribusi dan pemanfaatan

barang dan jasa yang dihasilkan, yang tunduk dalam peraturan/perundang-undangan Islam (sunnatullah). Salah satu kegiatan bermuamalah dalam Islam adalah berbisnis. Bisnis selalu memainkan peranan penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi semua orang di sepanjang abad dan semua lapisan masyarakat. Agama Islam sejak awal lahirnya mengizinkan adanya bisnis karena Rasulullah SAW sendiri pada awalnya juga berbisnis dalam jangka waktu yang cukup lama (Alwi Shihab, 1992). Bisnis dan etika di dalam Islam tidak harus dipandang sebagai dua hal yang berbeda, bisnis dimaknai tidak hanya sebagai aktivitas manusia di dunia untuk mencukupi kebutuhan hidupnya, namun juga sebagai investasi di akhirat kelak. Artinya, jika bisnis dijalankan dengan mengedepankan nilai-nilai keberkahan dan senantiasa juga sebagai bentuk keimanan kepada Allah SWT, maka bisnis tersebut menjadi sejalan dengan etika dan moral, serta memudahkan segala urusannya. Pebisnis juga diwajibkan menyeimbangkan kegiatan duniawi dan akhiratnya.

Semua jenis transaksi bisnis dalam ajaran-ajaran ekonomi Islam didasari oleh prinsip-prinsip yang menjadi pijakan. Prinsip dasar dalam bisnis Islam adalah prinsip illahiyah (ketuhanan). Semua aktivitas termasuk bisnis yang diajarkan Islam lebih dari itu. Bisnis dalam Islam adalah manifestasi dari kehambaan manusia kepada sang pencipta melalui amal duniawi yaitu bisnis. Prinsip ketuhanan ini tidak hanya menjadikan bisnis berjalan dengan cara yang benar sesuai aturan syariat, tetapi bisnis juga akan terasa lebih lapang dan tanpa adanya rasa takut tersaingi atau tidak mendapatkan keuntungan (Karishma, 2017). Selain aspek ketuhanan yang diterapkan sebagai salah satu prinsip dalam berbisnis terdapat beberapa aspek-aspek aksioma etika bisnis Islam terdiri dari tauhid (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), dan tanggung jawab (responsibility) (Muhammad Djakfar, 2010). Aksioma etika bisnis Islam yang diterapkan dari keempat prinsip tersebut memiliki indikator-indikator yang dijadikan sebagai ukuran penerapan etika bisnis Islam itu sendiri. Praktik bisnis yang benar, baik, beretika, dan juga adil dapat membantu melancarkan sebuah keadilan dalam kehidupan bermasyarakat. Begitu juga sebaliknya keadilan yang menghambat dapat menimbulkan guncangan sosial yang sangat menyedihkan bagi para pelaku bisnis (Kadir Aziz, 2013).

2. Landasan Teori

Meskipun terdapat persaingan yang ketat, namun para pedagang kuliner harus memiliki integritas yang baik dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Hal ini bertujuan untuk menghindari adanya suatu tindakan-tindakan yang bersifat amoral dalam menjalankan bisnisnya. Sehingga, dalam melakukan praktik bisnis harus sesuai dengan nilai-nilai etika. Dalam Islam sendiri juga memiliki suatu pedoman dalam bisnis atau sering disebut dengan etika bisnis Islam. Sehingga, para pedagang kuliner harus menjalankan praktik bisnisnya sesuai dengan etika bisnis Islam. Terutama, bagi para pedagang kuliner di Pusat Pasar Kota Medan. Para pedagang kuliner seharusnya telah Pahami bagaimana praktik bisnis yang sesuai dengan ajaran-ajaran Islam. Namun fenomena yang terjadi di lapangan sangat berbeda. Terdapat beberapa hal yang tidak sesuai dengan aturan dan etika bisnis sehingga menyebabkan kerugian yang ditanggung oleh pihak lain seperti konsumen, mitra usaha, maupun pedagang kuliner lain. Seperti menggunakan bahan makanan yang berlebihan sehingga dapat berdampak pada kesehatan, menjual makanan yang tidak layak dikonsumsi, dan harga yang lebih tinggi dari harga pasaran. Kerugian yang dialami oleh pihak lain tersebut menunjukkan adanya tidak tercerminnya prinsip keadilan. Sedangkan, dalam Islam suatu prinsip keadilan sangat dijunjung tinggi. Semua aktivitas yang dilakukan oleh seorang individu maupun negara harus mencerminkan suatu prinsip keadilan. Etika bisnis Islam bertujuan mengajarkan

manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong dan menjauhkan diri dari sikap dengki dan dendam serta hal-hal yang tidak sesuai dengan syariah (Yusuf Qarhawi, 1993). Etika bisnis Islam juga berfungsi sebagai controlling (pengatur) terhadap aktifitas ekonomi pedagang, karena secara filosofi etika mendasarkan diri pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Landasan penilaian ini dalam praktek kehidupan di masyarakat sering kita temukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal yang baik atau buruk, seperti pihak yang mendzalimi dan terdzalimi (Muchlis, 2004). Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang etika bisnis pedagang kuliner di Pusat Pasar ditinjau dari aksioma etika bisnis Islam, untuk mengetahui bagaimana kendala yang dihadapi oleh para pedagang kuliner dalam menerapkan etika bisnis Islam dan untuk mengetahui dampak dari implementasi Etika bisnis Islam terhadap para pedagang kuliner di Pusat Pasar Kota Medan.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian secara umum dipahami sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2012). Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yakni pendekatan yang lebih menekankan pada aspek pemahaman dan pemaknaan. Pendekatan kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu pendekatan kualitatif lebih bisa dan mudah menyesuaikan apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, pendekatan ini menyajikan hakekat hubungan antara peneliti dan informan secara langsung. Penerapan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan kemungkinan data yang diperoleh di lapangan berupa data dalam bentuk fakta yang perlu adanya analisis secara mendalam. Maka pendekatan kualitatif akan lebih mendorong pada pencapaian data yang bersifat lebih mendalam terutama dengan keterlibatan peneliti sendiri di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrument utama dalam mengumpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan instrument atau objek penelitian.

4. Hasil Dan Pembahasan

Pemahaman Pedagang kuliner terhadap Etika Bisnis Islam

Pemahaman para Pedagang kuliner terhadap etika bisnis Islam dapat diketahui melalui pengetahuan terhadap etika bisnis Islam dalam menjalankan proses berdagangnya. Maka dari itu peneliti melakukan sosialisasi kepada semua pedagang kuliner di Pusat Pasar Kota Medan dalam bentuk brosur dan penjelasan singkat kepada para pedagang kuliner. Sosialisasi dilakukan Pada awal penelitian guna memberi pengetahuan dan pemahaman akan etika bisnis Islam sehingga dapat diketahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam selama kurun waktu yang telah ditentukan dan mendapatkan hasil mengenai penerapan etika bisnis Islam, dampak yang dirasakan setelah menerapkan tentang etika bisnis Islam dalam proses berdagangnya dan kendala yang didapat yang menjadi penghambat dalam menerapkan etika bisnis Islam.

Etika Bisnis Islam pada Pedagang kuliner di Pusat Pasar Kota Medan

Implementasi Etika Bisnis Islam adalah penerapan aturan atau dasar dalam melakukan suatu usaha yang dijalankan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata tetapi tidak melanggar segala larangan yang terdapat dalam syariat Islam. Tolok ukur yang menjadi Indikator dalam penelitian ini berdasarkan pada aksioma etika bisnis Islam sehingga dapat dianalisa sejauh mana implementasi etika bisnis Islam pada pedagang kuliner di Pusat pasar. Aksioma etika bisnis Islam

dapat digolongkan menjadi dari 4 bagian yaitu Kesatuan (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), dan tanggung jawab (responsibility). Berikut ini merupakan hasil dari wawancara dan observasi dan didukung dengan dokumentasi terkait yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

1. Kesatuan (unity) merupakan aspek dari aksioma etika bisnis Islam yang menggunakan konsep tauhid dalam melaksanakan bisnis dimana segala sesuatu baik manusia alam dan segala apa yang ada merupakan milik Allah SWT. Tauhid (Kesatuan) melihat dengan sisi dimensi vertikal dimana melihat dari hubungan antara manusia dengan Allah SWT. Sehingga para pelaku Bisnis menjalankan bisnisnya sesuai dengan aturan dan syariat yang telah ditetapkan agama sehingga dapat menghindari kegiatan yang tidak etis dalam bisnisnya. Oleh karena itu peneliti mengajukan pertanyaan terkait tauhid (kesatuan) kepada para pedagang kuliner untuk mengetahui seberapa jauh pengimplikasian etika bisnis Islam dari sisi tauhid. Keyakinan setiap muslim atas Rezeki yang diberikan Allah SWT telah diatur dan tidak akan tertukar oleh orang lain merupakan hal yang harus diyakini oleh setiap orang apalagi seorang pelaku bisnis UMKM. Kelima informan yakin terhadap hal itu tanpa ada perdebatan. Kemudian Aspek kesatuan (Tauhid) yang diteliti dilihat dari sisi ibadah yaitu pelaksanaan sholat saat bekerja/ berdagang. Hal ini untuk melihat sejauh mana implementasi Etika bisnis Islam oleh para pedagang kuliner yang bisa meninggalkan dagangannya pada saat tibanya waktu sholat.
2. Keseimbangan (*equilibrium*) merupakan konsep etika bisnis Islam dengan sudut horizontal, yaitu hubungan antara manusia dengan manusia lain dengan konsep adil, jujur dalam bertransaksi dan tidak merugikan serta tidak dirugikan oleh pihak lain. Aksioma etika bisnis Islam pada keseimbangan (*equilibrium*) dapat dijabarkan peneliti sebagai keseimbangan antara alam dan keadilan dalam bertransaksi dan berbisnis. Aspek yang dianalisis adalah tentang pengelolaan limbah/ sampah yang dihasilkan dari penjualan makanan dan minuman di Pusat Pasar. Selain itu sisi keadilan yaitu pembagian porsi yang adil kepada para pembeli dan harga yang sesuai. Hal ini untuk mengetahui seberapa jauh implementasi etika bisnis Islam pada bagian keseimbangan sehingga tidak mengganggu tatanan alam dan bersaing secara sehat dengan para penjual yang lainnya.
3. Kehendak bebas (*Free will*) diartikan sebagai kebebasan untuk memilih keputusan dalam bisnis dan menggunakan cara berbisnis yang memberikan profit sekaligus tidak bertentangan dengan ajaran-ajaran Islam. Kehendak bebas merupakan kebebasan melakukan segala macam bentuk transaksi dan persaingan namun menolak bentuk transaksi yang berbentuk kecurangan (*invisible hand*) yang melanggar sistem tanggungjawab. Jika seseorang melakukan tindakan yang tidak etis maka hal itu cepat atau lambat akan merugikan orang lain. Hal yang diteliti dari aspek kehendak bebas adalah tidak melakukan kecurangan, tidak melakukan persaingan yang tidak sehat, dan strategi untuk meningkatkan dan mempertahankan dagangannya tanpa merusak hubungan baik dengan pedagang yang lainnya. Saling menghargai dan menjalin hubungan yang baik antar pedagang di Pusat Pasar merupakan hal yang penting dalam aspek kehendak bebas. Lingkungan sosial yang baik akan membantu dan meningkatkan kenyamanan dalam berdagang.
4. Tanggung jawab (*responsibility*) dalam berbisnis berusaha memberi kesadaran para pelaku bisnis untuk memanfaatkan sumber daya yang ada namun bukan dengan cara terus menerus, tetapi aspek tanggung jawab ini didasari oleh pemahaman konsekuensi dari strategi-strategi

bisnis yang diterapkan dan berusaha menerima serta mengevaluasi akibat dari strategi-strategi bisnis yang dipilih. Aspek tanggungjawab dalam penelitian ini mengacu pada penjual bertanggungjawab atas kualitas dan keamanan makanan dan minuman yang dijual serta kesiapan dalam menghadapi keluhan yang datang dari para pembeli terhadap produk makanan dan minumannya. Selain itu aspek tanggungjawab juga dapat dilihat dari sifat amanah apabila ada barang yang tertinggal atau ditinggalkan kepadanya.

5. Kesimpulan

Etika bisnis Islam para pedagang kuliner di Pusat Pasar adalah pedagang kuliner mampu melaksanakan 3 aspek aksioma bisnis Islam yaitu pada aspek keseimbangan (equilibrium), aspek kehendak bebas (free will), dan tanggungjawab (responsibility). Kendala yang dihadapi para pelaku Pedagang kuliner terletak pada sulitnya mengimplementasikan etika bisnis Islam pada aspek Kesatuan (Unity) atau aspek tauhid. Hal ini terjadi dikarenakan kurangnya kesadaran pentingnya melaksanakan sholat dan lebih mengutamakan pekerjaannya dibanding melaksanakan perintah Allah SWT. Kendala yang kedua adalah pengelolaan sampah yang belum terorganisir dengan baik dan membutuhkan kerjasama baik dipihak pedagang selaku pelaku usaha mikro maupun pembeli dan pemerintah dalam menjaga lingkungan. Dampak implementasi etika bisnis Islam bagi para pelaku Pedagang kuliner adalah bertambahnya edukasi tentang pentingnya etika bisnis Islam dalam berdagang sehingga dapat lebih terarah dalam berdagang yang sesuai dengan aturan dan syariat Islam

6. Daftar Pustaka

- Aziz, Kadir. Etika Bisnis Perspektif Islam. (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Choiri, Miftachul dan Umar Sidiq, Metode Penelitian Kualitatif di bidang Pendidikan. (Ponorogo: Nata Karya. 2012).
- Departemen agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya. (Bandung: Diponegoro. 2012). Djakfar, Muhammad. Etika Bisnis : Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi. (Jakarta : Penebar Plus. 2010).
- Fuad, Muhammad. Pengantar Bisnis. (Bogor: Grafika Mardi Yuana. 2006).
- Hasnidar dan Haslindah. 2021 "Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perdagangan Sapi di Kecamatan Tanete Riattang Barat Kabupaten Bone". Balanca Jurnal Ekonomi Bisnis Islam 3, (2021) 9-15.
- Khaldun, Abdul Rahman Ibnu. Muqoddimah Ibnu Khaldun. (Suriah: Dar Ya'rib. 2004). Kamal, Mustafa. Bisnis Ala Nabi. (Yogyakarta: Bunyan. 2013).
- Lexy J. Moleong. Metode Penelitian Kualitatif. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007).
- Partomo, Tiktik Sartika dan Abd. Rachman Soejoedono, Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi. (Jakarta: Ghalia Indonesia. 2004).
- Pascasarjana Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, pedoman penulisan tesis (Bengkulu: Penerbit Elmarkazi. 2021).
- Qordhowi, Yusuf. Norma dan Etika Ekonomi Islam. (Jakarta: Gema Insani Press. 1993).
- Resalawati, Ade. Pengaruh perkembangan usaha kecil menengah terhadap pertumbuhan ekonomi pada sektor UKM Indonesia. (Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 2011).
- Rianti. 2021. "Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada," Jurnal Niqosiya IAIN Ponorogo. 1, 1, (2021), 1-13

- Salim, Amir. 2018. "Analisis Pemahaman dan Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Pengepul Barang Bekas di Kota Palembang." *Islamic Banking*, 4, 1, (2018), 57-74.
- Sampurno, Wahyu Mijil. 2016 "Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis Industri Rumah Tangga," *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2, 1, (2016), 13-18.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012).
- Tambunan, Tulus T.H. *UMKM di Indonesia*. (Bogor : Ghalia Indonesia. 2009). Tambunan, Tulus. *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*, (Jakarta: LP3ES, 2012).
- Usman, Husaini dkk, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara. 2006).
- Yogiswara, Karishma W dan Tika Widiastuti. "Etika Bisnis dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri". *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 4, 6, (2017).
- Yusnanto, Muhammad Ismail *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002).