

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Data Kuisisioner

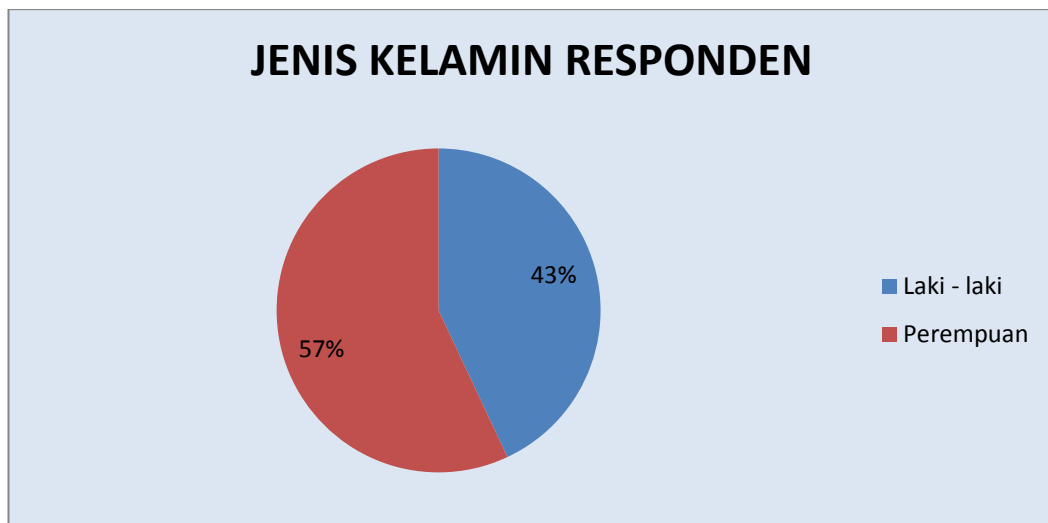
Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan informasi yang berasal dari pedagang yang ada di pasar Gamping. Berdasarkan kuisisioner yang telah dibagikan oleh peneliti adalah sebanyak 93 responden. Berikut adalah karakteristik data kuisisioner yang dibagikan kepada responden :

Tabel 4.1 Karakteristik Data Kuisisioner

Identifikasi sampel	Jumlah	Persentase
Total kuisisioner yang dibagikan	93	100 %
Total Kuisisioner yang kembali	93	100 %
Total kuisisioner yang tidak kembali	0	0
Total kuisisioner yang dapat digunakan	93	100 %

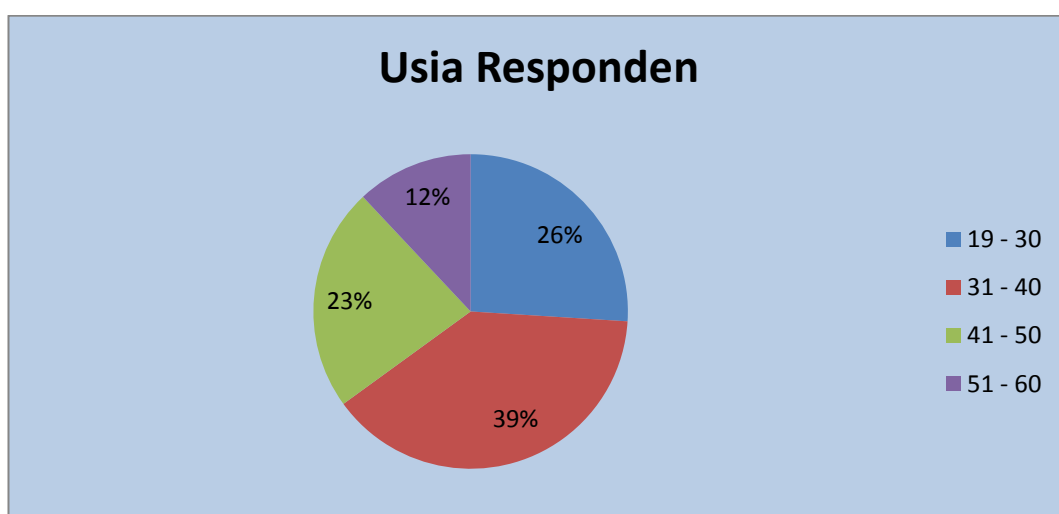
Sumber : Data primer diolah, 2018

Total kuisisioner dan di beri tanggapan dan kembali pada peneliti sehingga dapat digunakan untuk mengolah data adalah sebanyak 93 kuisisioner yaitu 100%. Deskriptif responden pada penelitian ini dapat di lihat pada gambar berikut :

Gambar 4.1

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwasanya responden yang terdapat pada penelitian ini 43% atau 40 pedagang adalah laki – laki dan 57% atau 53 adalah perempuan. Adapun untuk pembagian usia dapat di bedakan menjadi 4 kelompok, yakni 19 – 30 tahun , 31 – 40 tahun , 41- 50 tahun dan 51- 60 tahun. Data usia responden dapat di lihat pada gambar berikut :

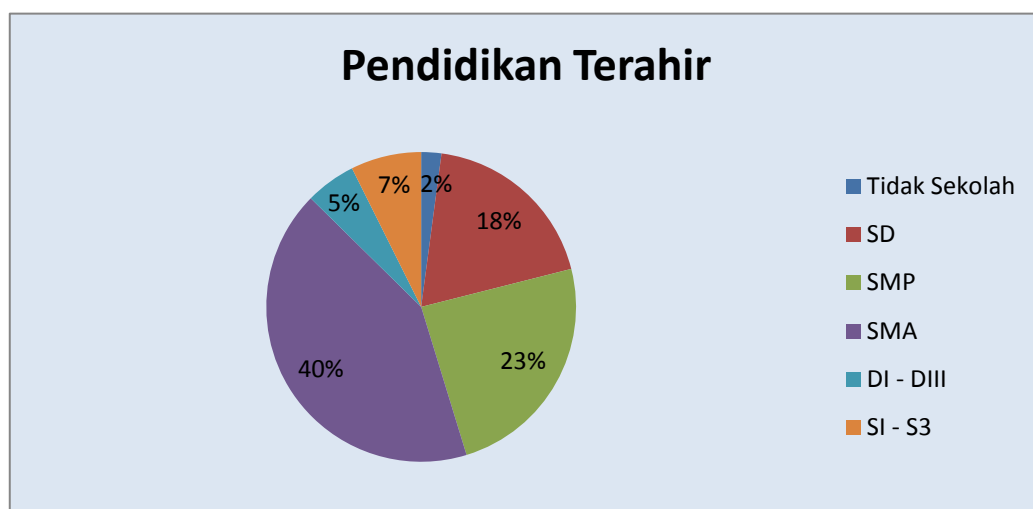
Gambar 4.2

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari data di atas dapat dilihat bahwasanya mayoritas pedagang di pasar Gamping adalah kisaran usia 19 – 30 tahun adalah 39% atau 36 pedagang, kemudian usia 31 – 40 tahun adalah 26% atau 24 pedagang, selanjutnya usia 41 – 50 tahun yaitu 23% atau sebanyak 22 pedagang, dan jumlah pedagang yang paling sedikit yakni kisaran 51 – 60 tahun hanya 12% atau 11 pedagang. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya pedagang yang ada di pasar Gamping adalah pedagang yang termasuk dalam usia kerja, dimana usia pedagang sudah di atas 15 tahun.

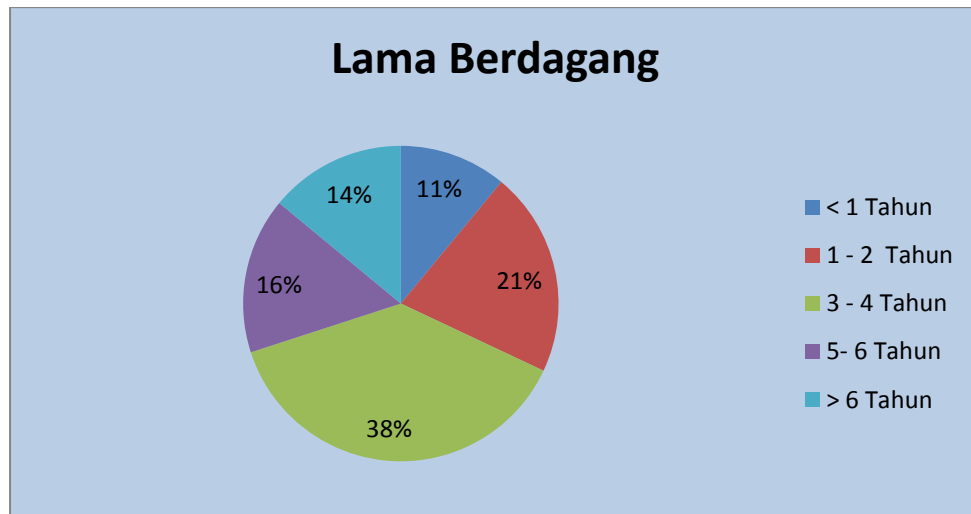
Kemudian karakteristik selanjutnya adalah mengenai pendidikan terahir pedagang yang ada di pasar Gamping. Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Berikut adalah data pendidikan terahir responden :

Gambar 4.3



Berdasarkan data diatas terlihat bahwa pedagang terbanyak ialah dengan pendidikan terahir SMA hingga 43% atau 40 pedagang, kemudian posisi kedua adalah SMP yaitu 25% atau 23 pedagang. Selanjutnya responden yang memiliki pendidikan terahir SD mencapai 18% atau 17 pedagang, lalu responden yang memiliki pendidikan terahir SI - SIII yaitu 7% atau 7 pedagang dan responden yang memiliki pendidikan terahir DI – DIII yakni 5% atau 5 orang. Kemudian responden yang tidak sekolah hanya 2% atau 1 orang. Mayoritas pendidikan responden pedagang yang ada di pasar Gamping adalah SMA, meskipun tidak ataupun belum memiliki gelar sarjana, setidaknya mereka sudah menempuh wajib belajar 12 tahun. Dengan begitu di harapkan mampu menjadi figur yang baik dan juga melaksanakan hal – hal yang baik, termasuk dalam ranah bisnis. Selanjutnya karakteristik pada penelitian ini yaitu mengenai lamanya berdagang. Berdasarkan data yang di dapatkan maka dapat diketahui sebagai berikut data responden pedagang berdasarkan lamanya berdagang:

Gambar 4.4



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwasanya sebagian besar pedagang yang ada di pasar Gamping merupakan pedagang yang sudah lumayan lama yaitu 3 – 4 tahun berdagang. yang menjadi posisi pertama yakni pedagang yang berjualan 3 – 4 tahun mencapai 38% atau 35 pedagang, kemudian yang kedua adalah pedagang yang berjualan 1 – 2 tahun mencapai 21% atau 20 pedagang, selanjutnya adalah pedagang yang berjualan 5 – 6 tahun yaitu 16% atau 15 pedagang, kemudian pedagang yang sudah berjualan lebih dari 6 tahun mencapai 14% atau 13 pedagang, dan pedagang yang baru memulai berdagang atau kurang dari 1 tahun hanya 11% atau 10 pedagang.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Penerapan Etika Bisnis Islam

a. Konsep Tauhid

Tauhid merupakan konsep yang memadukan aspek keseluruhan, baik aspek agama, ekonomi dan sosial, politik, budaya. Tidak hanya itu akan tetapi juga di dalam berbisnis juga adanya unsur kesatuan antara bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha allah, dan hasil dari suatu bisnis juga merupakan amanah allah dan di dalamnya terkandung kewajiban sosial. (Fatah Santoso, 2004) Maka dari itu sebagai pelaku bisnis seharusnya tidak menyepelekan kewajibannya kepada Allah SWT.

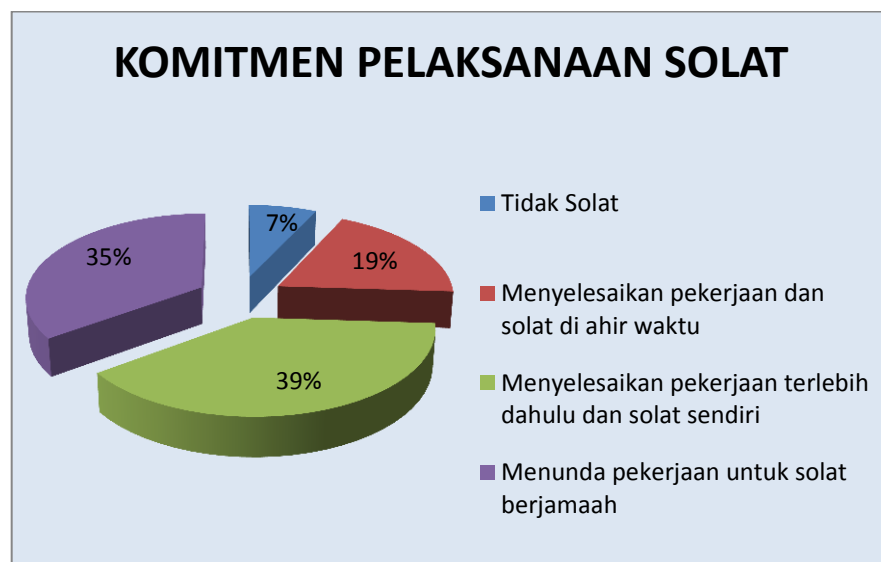
Dari hasil penelitian dengan menggunakan metode wawancara peneliti menggunakan poin dasar yakni komitmen pelaksanaan solat, untuk penjelasan deskriptif mengenai hal tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

1) Komitmen pelaksanaan solat

Penerapan komitmen pelaksanaan solat oleh pedagang di pasar Gamping tergolong baik, karena beberapa informan mengatakan bahwa mereka melaksanakan solat lima waktu rutin dan tepat pada waktunya, meskipun beberapa pedagang ada juga yang mengatakan bahwa sudah menjalankan kewajiban solat tetapi tidak tepat waktu, mereka lebih memilih untuk menyelesaikan pekerjaannya terlebih dahulu. Artinya beberapa pedagang tersebut belum melaksanakan kewajibannya dengan maksimal. Namun secara keseluruhan dapat di maknai bahwasanya mayoritas pedagang sudah menerapkan konsep tauhid terkait dengan komitmen pelaksanaan

solat. Dengan penelitian selanjutnya sebagai data pendukung yaitu dengan teknik kuisioner. Pertanyaan yang mewakili komitmen pelaksanaan kewajiban solat adalah jika anda sedang ramai pelanggan, kemudian memasuki waktu solat apa yang akan anda lakukan ? adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping dalam komitmen melaksanakan solat dapat di lihat sebagai berikut:

Gambar 4.5



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data tersebut, dapat kita lihat bahwa pedagang lebih memilih untuk menyelesaikan pekerjaan terlebih dahulu dan solat sendiri mencapai 39 % atau 40 pedagang dari seluruh total responden , selanjutnya sebanyak 35 % atau 20 pedagang menyatakan untuk menunda pekerjaan dan melaksanakan solat berjamaah terlebih dahulu, kemudian ada juga pedagang yang menyelesaikan pekerjaan dan solat di ahir waktu mencapai 19 %

atau 23 pedagang dari seluruh total responden, dan kemudian sisanya 7 % atau 10 pedagang dari seluruh responden menyatakan bahwa mereka memilih untuk tidak solat.

Pada gambar tersebut terlihat bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping menyelesaikan pekerjaannya terlebih dahulu dan mengerjakan solat sendiri. Adapun yang menunda pekerjaan terlebih dahulu untuk mengerjakan solat berjamaah. Dan sebagian ada yang menyelesaikan pekerjaan terlebih dahulu lalu solat di akhir waktu. Namun ada pula pedagang yang tidak melaksanakan solat.

Menurut Djakfar bahwa tauhid adalah hubungan vertikal antara manusia dengan Allah SWT yang merupakan wujud penyerahan diri secara penuh tanpa syarat, menjadikan keinginan dan ambisi untuk tunduk pada perintahnya, dari data kuisisioner menunjukkan bahwa mayoritas pedagang sudah mengerjakan solat dan dapat di nilai bahwa hal tersebut merupakan tunduk kepada perintahnya. (Djakfar, 2007)

Hubungan antara konsep tauhid dengan etika bisnis islam adalah ketika hamba Allah sudah patuh dan juga tertib dalam menjalankan perintahnya maka juga akan tertib dalam urusan duniawi, misalnya dalam berbisnis. Tertib dalam cara berbisnisnya maupun produk atau barang dagangan yang di perjual belikan. Semakin dia mendekatkan diri kepada allah maka ia selalu merasa

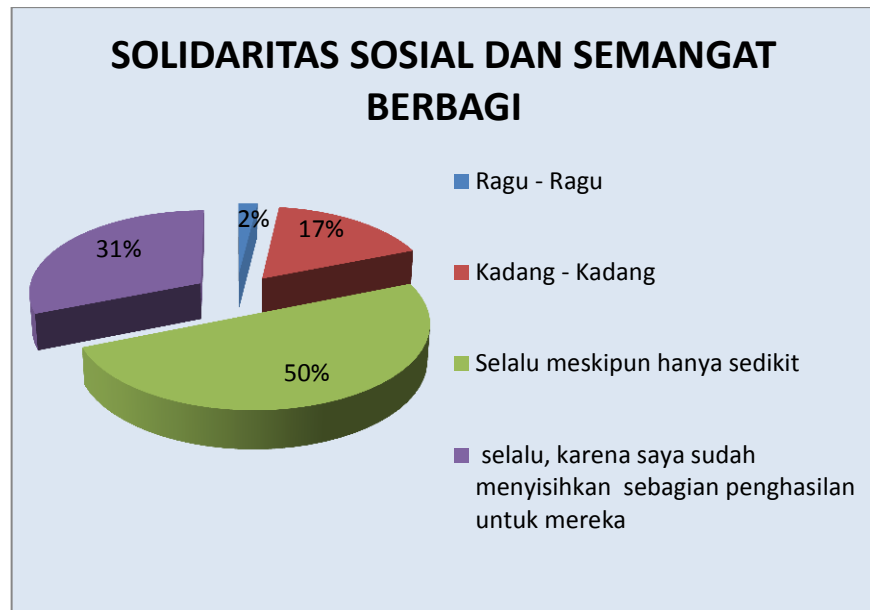
di awasi oleh Allah, sehingga kecil kemungkinan untuk berbuat kecurangan ataupun kebohongan didalam bisnisnya.

2) Solidaritas Sosial dan Semangat Berbagi

Solidaritas sosial dan juga semangat berbagi oleh para pedagang di pasar Gamping dapat dikatakan sudah baik, hal ini dapat di lihat dari beberapa informan mengatakan bahwa mereka rutin menyisihkan hasil dagangannya untuk berzakat ataupun bersedekah.

Semangat berbagi para pedagang yang ada di pasar Gamping tersebut di perkuat dengan hasil penelitian menggunakan kuisisioner. Dalam kuisisioner yang peneliti gunakan, pertanyaan yang mewakili solidaritas dan juga semangat berbagi adalah jika anda sedang mengalami krisis keuangan, kemudian ada orang lain yang juga sedang kesusahan (pengemis, fakir miskin, dll) apa yang anda lakukan ? adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping penerapan solidaritas sosial dan semangat berbagi sebagai berikut :

Gambar 4.6



Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari Gambar diatas terlihat bahwa solidaritas sosial dan semangat berbagi para pedagang yang ada di pasar Gamping cukup baik. Hanya 2% atau 2 orang saja yang menyatakan ragu – ragu untuk berbagi atau bersedekah. Akan tetapi hingga mencapai 50% atau 46 pedagang menyatakan bahwa mereka selalu berbagi atau bersedekah. Kemudian sebanyak 31% atau 29 pedagang menyatakan selalu bersedekah karena sudah menyisihkan sebagian hartanya untuk mereka (pengemis / fakir miskin). Selanjutnya 17% atau 16 pedagang menyatakan bahwa sudah bersedekah namun belum rutin melainkan hanya kadang – kadang saja. Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping sudah selalu berbagi kepada

yang membutuhkan. Korelasi antara etika bisnis islam dengan konsep tauhid semangat berbagi dengan pedagang di pasar adalah ketika pedagang sudah sadar dan juga peduli dengan kesejahteraan orang lain maka dalam berbisnis dia juga mempertimbangkan kesejahteraan orang lain.

b. Konsep Tazkiyah (Kejujuran, keadilan dan keterbukaan)

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

Dari hasil penelitian wawancara penulis menggunakan tiga poin dasar yakni :

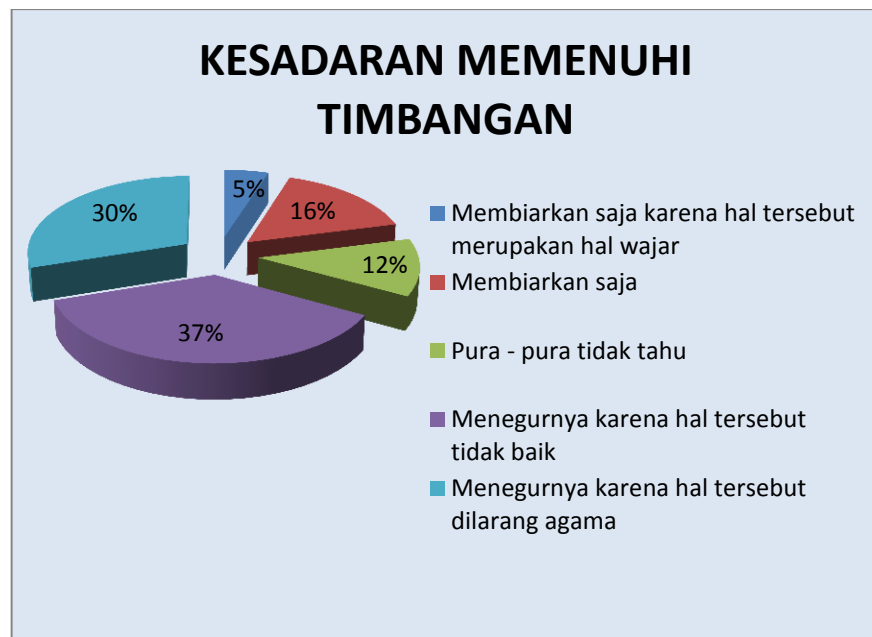
a) Kesadaran memenuhi timbangan dan keterbukaan menerima kritik dan juga saran dari orang lain.

Didalam dunia bisnis khususnya jual beli masih seringkali terjadi kesalahan baik kesalahan tidak di sengaja atau berasal dari luar dugaan, maupun kesalahan tersebut disengaja oleh pelaku bisnisnya atau seorang pedagang. Dengan adanya berbagai kesalahan, maka biasanya seorang pembeli atau konsumen akan mengkomplain mengenai barang dagangannya tersebut. Misalnya kita jadikan contoh bahwa seorang pedagang dalam menakar atau menimbang tidak sesuai dengan yang seharusnya, maka dengan

adanya kesalahan tersebut akan merugikan seorang pembeli, sehingga pembeli akan mengkonfirmasi atau menegur pedagang tersebut. Dalam hal ini hampir seluruh informan atau pedagang yang ada di pasar Gamping sangat terbuka untuk menerima kritik dan juga saran yang bertujuan untuk membangun guna kebaikan didalam usahanya. Terutama apabila takaran atau timbangan mereka tidak sesuai. Beberapa responden yang di wawancarai memang juga tidak setuju dengan hal mengurangi jumlah takaran. Dari data tersebut mencerminkan bahwa pedagang sudah memahami mengenai konsep memenuhi timbangan.

Dari penelitian selanjutnya menggunakan data kuisisioner, juga terlihat bahwa pedagang tidak setuju apabila mengurangi jumlah takaran atau timbangan. Dalam kuisisioner yang peneliti gunakan, pertanyaan mengenai hal ini adalah bagaimana jika anda tau ada pedagang lain yang mengurangi jumlah takaran ? adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping dalam memenuhi takaran atau timbangan adalah sebagai berikut :

Gambar 4.7



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data diatas mengenai kesadaran memenuhi timbangan dapat kita lihat bahwa 37% atau 34 pedagang dari seluruh responden menyatakan menegur karena hal tersebut tidak baik, kemudian sebanyak 30% atau 28 pedagang menegurnya karena hal tersebut dilarang agama. Selanjutnya 12% atau 11 pedagang menyatakan pura – pura tidak tau dan kemudian 11% atau 10 pedagang dari seluruh responden menyatakan membiarkan saja. Namun sisa dari seluruh responden sebanyak 5% atau 5 pedagang menyatakan membiarkan saja karena hal tersebut termasuk hal wajar.

Berdasarkan gambar diatas bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping ketika mengetahui atau melihat pedagang lain mengurangi timbangan maka mereka akan

menegurnya karena hal tersebut tidak baik, dan juga menegur dengan alasan hal tersebut di larang oleh agama, dengan adanya teguran dari pedagang lain maka akan menjadikan pedagang yang melakukan kecurangan merubah menjadi lebih baik, guna untuk kemajuan usahanya dan juga tidak merugikan salah satu pihak.

Dalam berdagang pemenuhan takaran sangatlah penting, karena hal tersebut akan merugikan pembeli, apabila pembeli sudah mengetahui akan kecurangan – kecurangan yang dilakukan oleh seorang pedagang tersebut maka pembeli sudah tidak akan percaya lagi, sehingga mereka juga tidak akan mau menjadi pelanggan yang setia, hal tersebut tentunya akan berdampak kepada pendapatan atau kemajuan usaha dagang.

b) Memberi informasi terkait produk

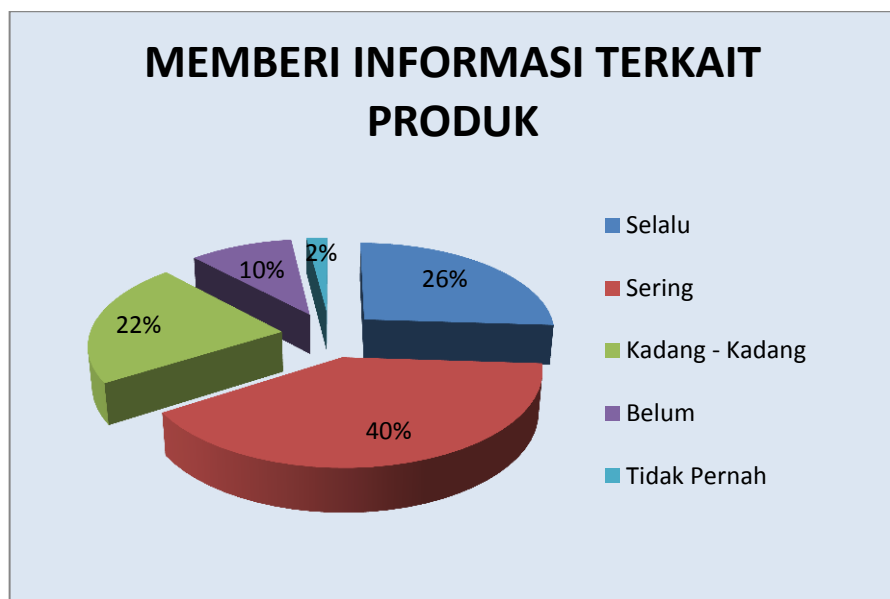
Memberi informasi terkait produk merupakan hal yang seharusnya wajib dilakukan oleh para pedagang. Dalam penelitian ini di dapatkan hasil bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping sudah memberi informasi terkait produk, meskipun hal tersebut tidak dilakukan setiap saat oleh pedagang. Karena memang para konsumen sudah mengetahui jenis dan juga kualitas produk tersebut.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran penjual untuk memberi informasi kepada pembelinya sudah mendekati kategori baik. Namun masih ada juga pedagang yang sama sekali tidak

pernah memberikan informasi terkait produknya dengan alasan bahwa pembeli sudah tau dengan produk yang di perjual belikan, artinya ada beberapa pedagang yang ada di pasar Gamping belum sepenuhnya mengerti jika informasi terkait jenis dan juga kualitas produk sangat dipentingkan dan juga dibutuhkan oleh nasabah, agar terhindar dari penipuan terkait produk.

Berdasarkan penelitian selanjutnya menggunakan kuisisioner, terlihat bahwa mayoritas pedagang sudah memberi informasi terkait jenis dan juga kualitas produk kepada pembeli. Dalam kuisisioner yang penulis gunakan untuk mewakili pertanyaan dalam kuisisioner adalah apakah anda memberi informasi tentang jenis dan juga kualitas produk kepada pembeli . berikut adalah data responden yang peneliti dapatkan terkait hal tersebut :

Gambar 4.8



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa 40% atau 38 pedagang dari seluruh responden menyatakan sudah sering untuk memberi informasi terkait produk yang mereka jual, kemudian sebanyak 26 % atau 24 pedagang menyatakan bahwa mereka selalu menyampaikan terkait jenis dan juga kualitas produk kepada pembeli. kemudian sebanyak 22 % atau 21 pedagang dari seluruh responden menyatakan masih kadang – kadang saja memberitau kepada konsumen terkait produk yang mereka jual, selanjutnya sebanyak 10% atau 9 pedagang menyatakan bahwa belum menyampaikan kepada konsumen mengenai jenis dan juga kualitas produk daganganny, dan sebanyak 2 % atau 2 pedagang dari seluruh responden menyatakan bahwa mereka tidak pernah menyampaikan terkait dengan jenis dan juga kualitas produk atau barang dagangan yang mereka jual.

Berdasarkan Gambar diatas mencerminkan bahwa mayoritas pedagang di pasar Gamping sudah memberikan informasi terkait produk, meskipun belum selalu dilakukan setidaknya sudah sering dilakukan oleh para pedagang, sebab hal – hal terkait produk sangat dibutuhkan oleh pembeli, demi kenyamanan pelanggan dan juga kepuasan konsumen dalam berbelanja. karena pembeli wajib tau kualitas barang tersebut terutama bahan pangan, apabila barang tersebut tidak berkualitas maka akan membahayakan bagi kesehatan.

c) Persaingan secara sehat

Persaingan di dalam pasar tentunya sangatlah ketat, terlebih di pasar Gamping jika di tinjau dari jumlah pedagangnya yang cukup banyak, maka persaingan yang terjadi di pasar tersebut juga tentunya juga semakin ketat. Dimana pedagang bersaing untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, berbagai cara pun dilakukan baik positif maupun negatif. Namun beberapa responden juga meyakini bahwasanya rezeki setiap manusia sudah di atur oleh Allah SWT, maka mereka tidak masalah apabila di pasar terdapat persaingan yang mungkin tidak sesuai dengan etika bisnis islam.

Jika dilihat dari pernyataan tersebut tercermin bahwa pedagang sangat sadar rezeki hanya berasal dari Allah dan mereka juga sangat terbuka apabila ada pedagang lain yang berjualan sama dengan produk mereka. Hal ini berarti pedagang tidak berusaha untuk memonopoli jenis dagangan yang serupa dengan mereka. Keadaan ini sesuai dengan salah satu teori Santoso bahwa keadilan merupakan kemampuan pelaku bisnis untuk membebaskan penindasan seperti riba dan juga monopoli.

Kemudian dari penelitian selanjutnya menggunakan kuisioner mengenai penerapan persaingan secara sehat, hasil yang di dapatkan adalah mereka masih tergantung dengan pedagang lainnya, artinya tergantung pada kondisi persaingan pasar tersebut bagaimana yang dilakukan oleh para pedagangnya. Dalam

kuisisioner yang penulis gunakan untuk mewakili pertanyaan mengenai penerapan persaingan sehat ini adalah didalam kehidupan pasar tentunya ada unsur persaingan untuk mendapatkan keuntungan, apakah anda tetap bersaing sehat ? adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping mengenai penerapan persaingan secara sehat adalah sebagai berikut :

Gambar 4.9



Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari gambar diatas dapat kita lihat bahwa 35% atau 33 pedagang dari seluruh responden menyatakan bahwa mereka tergantung kepada pesaing lainnya, artinya apabila di pasar tersebut pesaing lainnya melakukan persaingan yang sehat maupun tidak sehat mereka juga akan mengikuti hal tersebut, akan tetapi apabila di pasar tersebut persaingannya sudah sehat antara pedagang satu dengan pedagang lainnya, maka mereka juga akan mengikuti hal

baik tersebut. Selanjutnya 25 % atau 23 pedagang menyatakan bahwa mereka bersaing sehat karena mereka berbisnis tidak untuk mendapatkan keuntungan semata melainkan juga mencari keberkahan. Kemudian sebanyak 19 % atau 18 pedagang dari seluruh responden menyatakan kadang – kadang tergantung kebutuhan rumah tangga, artinya apabila kebutuhan rumah tangga sedang meningkat maka tidak menutup kemungkinan mereka bersaing dengan cara yang tidak sehat. Kemudian 18% atau 16 pedagang menyatakan tidak jika sedang mendesak, artinya mereka belum bersaing sehat apabila kebutuhannya sedang mendesak, dan kemudian sebanyak 3% atau 3 pedagang menyatakan tidak bersaing dengan sehat agar mendapatkan keuntungan maksimal.

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping menyatakan tergantung kepada pesaing lainnya. Artinya mereka melihat bagaimana kondisi pesaing lainnya, apakah bersaing positif ataupun negatif. Sebanyak 25 % pedagang dari seluruh responden yang menyatakan bahwa mereka bersaing sehat karena mereka berdagang tidak hanya untuk keuntungan semata akan tetapi juga mencari keberkahan didalam bisnisnya. Namun beberapa pedagang yang mengatakan bahwa mereka blum bersaing secara sehat apabila kebutuhan rumah tangga sedang meingkat dan juga ada kebutuhan yang mendesak. Bahkan ada pedagang yang menyatakan untuk tidak bersaing sehat.

Hal ini mencerminkan bahwa belum tertanam secara mutlak nilai keadilan didalam pasar tersebut.

c. Konsep Khilafah

Konsep khilafah yakni manusia mempunyai kebebasan dalam bertahan hidup dan juga mengelola kekayaan alam yang telah Allah berikan. Namun manusia juga tidak dapat semena – mena dalam menjalankan aktivitasnya dan juga didalam bisnisnya meskipun Allah memberi kehendak bebas terhadap umatnya. Disisi lain manusia juga harus mempertanggung jawabkan seluruh kegiatannya. Hasil penelitian mengenai konsep khilafah yaitu sebagai berikut :

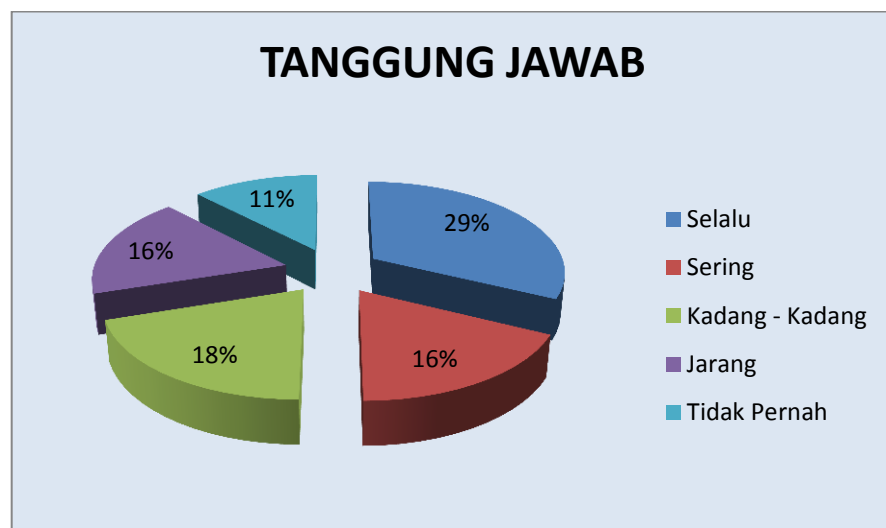
a) Tanggung jawab

Penerapan tanggung jawab terhadap kegiatan yang di lakukan atau bisnisnya dapat dikatakan bahwa tergolong sudah baik. Mereka sudah melakukan pencatatan terhadap pengeluaran dan juga pemasuka dan juga utang piutang. Mereka melakukan pencatatan pemasukan dan juga pengeluaran karena untuk melihat keuntungan yang mereka dapatkan, selain itu ada pedagang yang diberi amanah dari pemilik usaha untuk melakukan pencatatan sebagai tanggung jawab dalam menjalankan usaha.

Hal tersebut mencerminkan bahwa pedagang yang ada di pasar Gamping sudah memahami konsep tanggung jawab didalam bisnisnya dalam hal pencatatan pemasukan, pengeluaran dan juga utang piutang.

Dari hasil penelitian selanjutnya yaitu menggunakan kuisisioner dapat dilihat bahwa penerapan tanggung jawab dalam hal pencatatan pemasukan, pengeluaran dan juga utang piutang. Dalam kuisisioner ini peneliti menggunakan pertanyaan apakah anda mencatat pendapatan, pengeluaran dan juga utang piutang. Adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping adalah sebagai berikut :

Gambar 4.10



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan gambar diatas mengenai tanggung jawab, dapat kita lihat hingga mencapai 29% atau 27 pedagang menyatakan selalu melakukan pencatatan, baik pemasukan, pengeluaran dan juga hutang piutang. Kemudian sebanyak 26% atau 24 pedagang menyatakan bahwa mereka sering melakukan pencatatan terkait pemasukan, pengeluaran dan juga utang piutang. Selanjutnya 18% atau 17 pedagang dari seluruh responden

menyatakan bahwa mereka kadang - kadang melakukan pencatatan terkait pendapatan, pengeluaran dan juga utang piutang. Kemudian sebanyak 16% atau 15 pedagang menyatakan jarang melakukan pencatatan terkait pendapatan, pengeluaran dan juga utang piutang, dan kemudian sebanyak 11% atau 10 pedagang dari seluruh responden menyatakan tidak pernah melakukan pencatatan pendapatan, pengeluaran dan juga utang piutang.

Berdasarkan gambar diatas dapat kita lihat bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping sudah melakukan pencatatan pengeluaran, pemasukan dan juga utang piutang, namun ada pedagang yang sama sekali tidak pernah melakukan pencatatan hingga mencapai 11 %. Kemudian sisa dari responden keseluruhan menyatakan bahwa mereka melakukan pencatatan akan tetapi tidak melakukan rutin.

Didalam berbisnis sangat diperlukan konsep tanggung jawab terkait pencatatan pemasukan, pengeluaran dan juga utang piutang. Karena hal tersebut dapat memantau pergerakan kemajuan bisnisnya dari waktu ke waktu, selain itu juga meminimalisir terjadinya kerugian di alam bisnis.

b) Kualitas dan Kehalalan Produk

Penerapan prinsip etika bisnis mengenai kualitas dan juga kehalalan produk merupakan hal utama yang harus di terapkan oleh para pedagang, karena di dalam berdagang tidak hanya

memperhatikan harga saja, akan tetapi juga mutu barang yang dijual.

Berdasarkan hasil wawancara terlihat bahwa pedagang yang ada di pasar Gamping sudah baik dalam pelaksanaan terkait kualitas dan juga kehalalan produk, beberapa pedagang makanan juga menyatakan apabila harga bahan baku naik mereka lebih baik untuk mengurangi porsi saja dari pada harus mengurangi ataupun mengganti dengan kualitas yang lebih rendah, karena hal tersebut dapat mengancam kesehatan para konsumen. Selain itu pedagang yang lain juga menyatakan bahwa lebih baik menaikkan harga dari pada harus mengganti dengan kualitas yang lebih rendah, karena kepercayaan konsumen adalah kunci utama bagi pedagang.

Dari penelitian menggunakan kuisisioner didapatkan hasil yang juga menguatkan pernyataan informan. Dalam kuisisioner penulis menggunakan pertanyaan yang mewakili pelaksanaan kualitas dan juga kehalalan produk yaitu bagaimana menurut anda jika ada produk yang mengandung bahan pengawet atau menggunakan bahan seperti anjing, tikus dan babi ? adapun data responden yaitu pedagang yang ada di Pasar Gamping sebagai berikut :

Gambar 4.11



Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan gambar diatas mengenai kualitas dan kehalalan produk dapat dilihat bahwa sebanyak 50% atau 47 responden menyatakan bahwa sangat tidak setuju karena berbahaya dan haram, kemudian sebanyak 31% atau 29 responden menyatakan tidak setuju, dan kemudian 18% atau 17 responden menyatakan bahwa sebaiknya tidak menggunakan, dan sisanya 1 responden menyatakan bahwa tidak apa – apa jika cuma sedikit.

Dari gambar diatas dapat kita lihat mayoritas pedanag yang ada di pasar Gamping tidak setuju kalau produknya mengandung barang yang tidak halal, dengan alasan karena berbahaya dan juga haram. Hal tersebut mengindikasikan bahwasanya pedagang yang ada di pasar Gamping sudah memperhatikan akan kualitas dan juga kehalalan produknya, semi keamanan dan juga terhindar dari unsur haram.

d. Konsep Ihsan (Kebaikan pada orang lain)

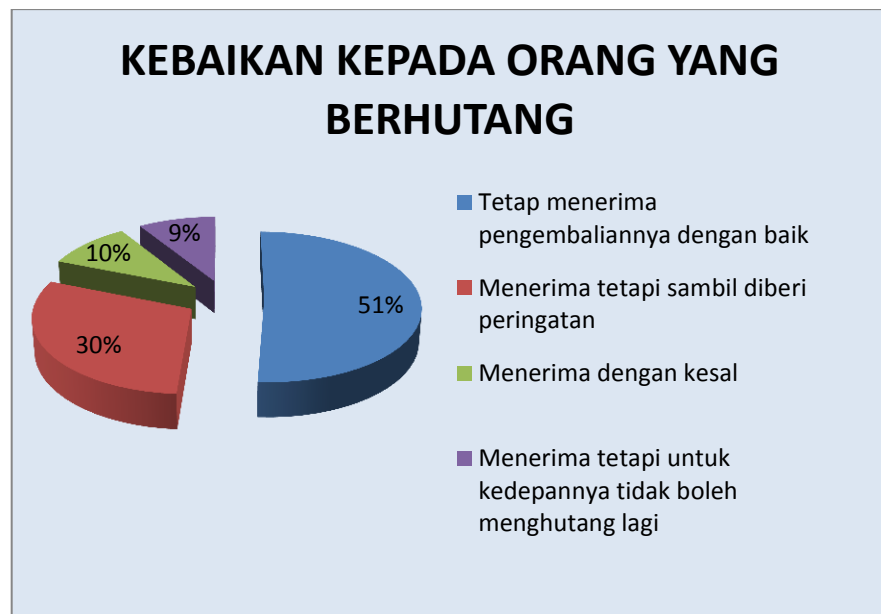
Konsep ihsan merupakan kesediaan pelaku bisnis untuk memberikan kebaikan pada orang lain, seperti pembayaran hutang setelah jatuh tempo dan juga pengembalian barang yang telah dibeli. Sesama manusia harus saling memahami, mengerti dan juga saling membantu. Berikut adalah hasil penelitian dengan menggunakan metode wawancara :

a) Kebaikan pada orang yang berhutang

Pada penelitian ini hampir seluruh informan mengatakan bahwa pembayaran utang setelah jatuh tempo itu tidak masalah, bahkan beberapa pedagang tidak pernah memberikan batasan terkait waktu pengembalian utang. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa para pedagang yang ada di pasar Gamping sangat paham akan konsep ihsan atau kebaikan kepada orang lain.

Dari penelitian selanjutnya mengenai kebaikan pada orang yang berhutang menggunakan kuisisioner, hasil yang didapatkan juga menguatkan pernyataan informan. Dalam kuisisioner penulis menggunakan pertanyaan jika ada orang yang berhutang dan membayar setelah jatuh tempo apa yang anda lakukan. Adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping mengenai kebaikan pada oranglain yang berhutang:

Gambar 4.12



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan gambar diatas mengenai kebaikan kepada orang yang berhutang dapat dilihat bahwa sebanyak 51% atau 48 pedagang dari seluruh responden menyatakan menerima dengan baik. Kemudian 30 % atau 28 pedagang menyatakan menerima tetapi sambil diberi peringatan. Selanjutnya 10 % atau 9 pedagang menyatakan menerima dengan kesal. Dan kemudian 9 % atau 8 pedagang dari seluruh responden menyatakan menerima dengan kesal.

Dari gambar diatas dapat kita lihat mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping tetap menerima pengembalian dengan baik, dan ada juga yang menerima serta memberi peringatan kepada konsumennya, agar apabila melakukan peminjaman selanjutnya lebih bertanggung jawab. Namun ada juga pedagang yang

menyatakan menerima tetapi untuk kedepannya tidak boleh menghutang lagi, hal tersebut tidak di benarkan, karena hidup adalah untuk membantu satu sama lain.

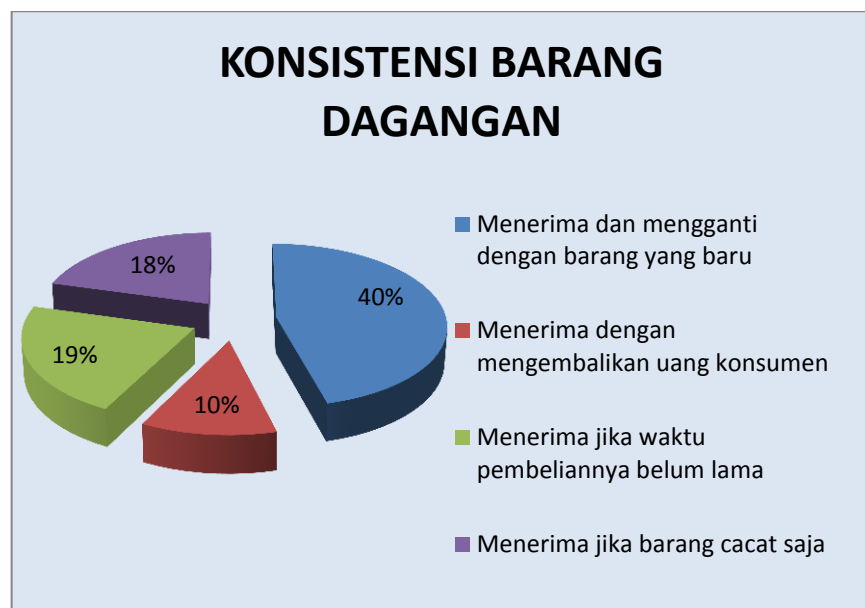
b) Konsistensi barang dagangan

Konsistensi barang dagangan juga termasuk kedalam konsep ihsan atau kebaikan kepada orang lain, dimana salah satunya adalah menerima pengembalian barang yang sudah di beli dengan alasan tidak cocok, cacat dan lain- lain. Hal tersebut biasanya menimbulkan komplain dari pembeli, namun beberapa informan juga mengatakan bahwa pengembalian barang yang sudah di beli itu tidak menjadi masalah, karena mereka berpedoman untuk tidak ada yang saling dirugikan, baik penjual atau pembeli. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya para pedagang sangat terbuka ketika menerima pengembalian barang yang telah di beli oleh konsumen, mereka berfikir bahwa barang yang dikembalikan bukanlah barang yang kualitasnya tidak bagus saja, namun terkadang tidak sesuai dengan ukuran ataupun salah warna. Jikalau memang barang yang dikembalikan adalah barang yang cacat ataupun tidak berkualitas bagus, maka pedagang menyadari akan hal itu dan menerima dengan baik, agar tidak ada yang di rugikan.

Dari hasil penelitian selanjutnya menggunakan kuisisioner, dapat di lihat hasilnya bahwa mayoritas pedagang menerima pengembalian yang tidak sesuai jika waktu pembeliannya belum

lama. Dari pernyataan tersebut, pertanyaan yang digunakan untuk mewakili kuisisioner ini adalah bagaimana jika ada pengembalian suatu barang yang tidak sesuai dari konsumen. Adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping sebagai berikut :

Gambar 4.13



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan gambar diatas mengenai konsistensi barang dagangan dapat dilihat bahwa sebanyak 40% atau 37 pedagang dari seluruh responden menyatakan bahwa menerimadan mengganti dengan barang baru, kemudian 19% atau 18 pedagang menyatakan menerima jika waktu pembeliannya belum lama. Selanjutnya 18% atau 17 pedagang dari seluruh responden menyatakan menerima jika barang cacat saja. Kemudian 13% atau 12 pedagang menyatakan tidak menerima pengembalian barang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

C. Deskripsi Data

2. Data Kuisisioner

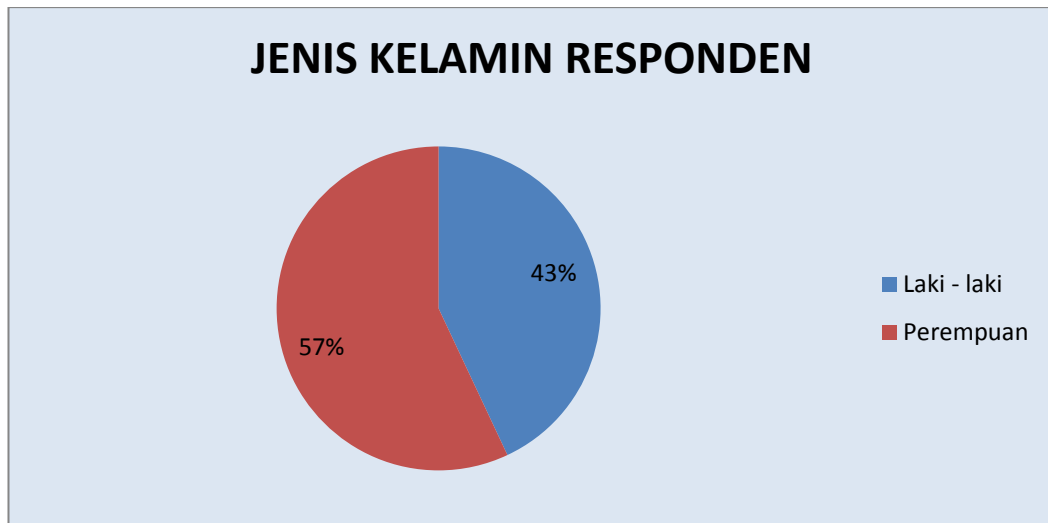
Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan informasi yang berasal dari pedagang yang ada di pasar Gamping. Berdasarkan kuisisioner yang telah dibagikan oleh peneliti adalah sebanyak 93 responden. Berikut adalah karakteristik data kuisisioner yang dibagikan kepada responden :

Tabel 4.1 Karakteristik Data Kuisisioner

Identifikasi sampel	Jumlah	Persentase
Total kuisisioner yang dibagikan	93	100 %
Total Kuisisioner yang kembali	93	100 %
Total kuisisioner yang tidak kembali	0	0
Total kuisisioner yang dapat digunakan	93	100 %

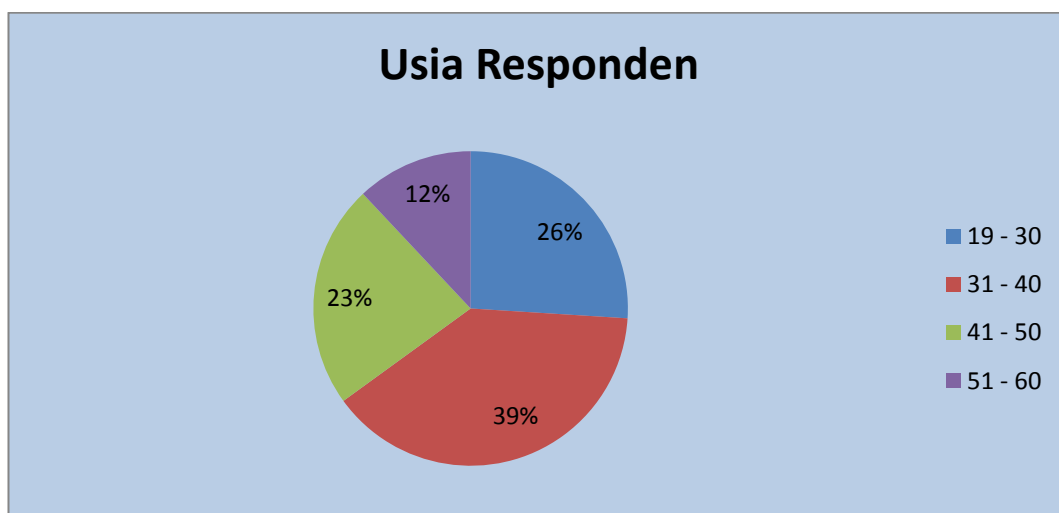
Sumber : Data primer diolah, 2018

Total kuisisioner dan diberi tanggapan dan kembali pada peneliti sehingga dapat digunakan untuk mengolah data adalah sebanyak 93 kuisisioner yaitu 100%. Deskriptif responden pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.1

Sumber : Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwasanya responden yang terdapat pada penelitian ini 43% atau 40 pedagang adalah laki – laki dan 57% atau 53 adalah perempuan. Adapun untuk pembagian usia dapat dibedakan menjadi 4 kelompok, yakni 19 – 30 tahun , 31 – 40 tahun , 41- 50 tahun dan 51- 60 tahun. Data usia responden dapat di lihat pada gambar berikut :

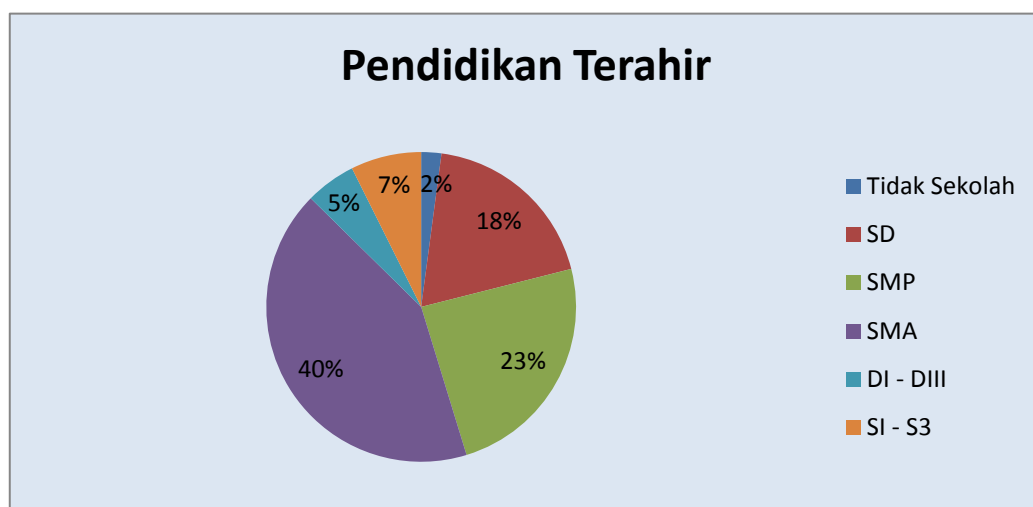
Gambar 4.2

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari data di atas dapat dilihat bahwasanya mayoritas pedagang di pasar Gamping adalah kisaran usia 19 – 30 tahun adalah 39% atau 36 pedagang, kemudian usia 31 – 40 tahun adalah 26% atau 24 pedagang, selanjutnya usia 41 – 50 tahun yaitu 23% atau sebanyak 22 pedagang, dan jumlah pedagang yang paling sedikit yakni kisaran 51 – 60 tahun hanya 12% atau 11 pedagang. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya pedagang yang ada di pasar Gamping adalah pedagang yang termasuk dalam usia kerja, dimana usia pedagang sudah di atas 15 tahun.

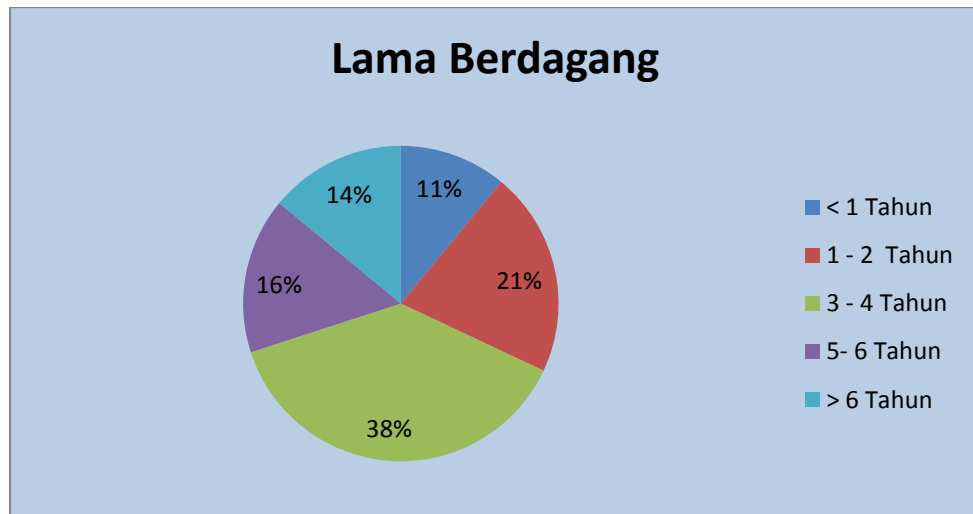
Kemudian karakteristik selanjutnya adalah mengenai pendidikan terahir pedagang yang ada di pasar Gamping. Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Berikut adalah data pendidikan terahir responden :

Gambar 4.3



Berdasarkan data di atas terlihat bahwa pedagang terbanyak ialah dengan pendidikan terakhir SMA hingga 43% atau 40 pedagang, kemudian posisi kedua adalah SMP yaitu 25% atau 23 pedagang. Selanjutnya responden yang memiliki pendidikan terakhir SD mencapai 18% atau 17 pedagang, lalu responden yang memiliki pendidikan terakhir SI - SIII yaitu 7% atau 7 pedagang dan responden yang memiliki pendidikan terakhir DI – DIII yakni 5% atau 5 orang. Kemudian responden yang tidak sekolah hanya 2% atau 1 orang. Mayoritas pendidikan responden pedagang yang ada di pasar Gamping adalah SMA, meskipun tidak ataupun belum memiliki gelar sarjana, setidaknya mereka sudah menempuh wajib belajar 12 tahun. Dengan begitu diharapkan mampu menjadi figur yang baik dan juga melaksanakan hal – hal yang baik, termasuk dalam ranah bisnis. Selanjutnya karakteristik pada penelitian ini yaitu mengenai lamanya berdagang. Berdasarkan data yang didapatkan maka dapat diketahui sebagai berikut data responden pedagang berdasarkan lamanya berdagang:

Gambar 4.4



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwasanya sebagian besar pedagang yang ada di pasar Gamping merupakan pedagang yang sudah lumayan lama yaitu 3 – 4 tahun berdagang. yang menjadi posisi pertama yakni pedagang yang berjualan 3 – 4 tahun mencapai 38% atau 35 pedagang, kemudian yang kedua adalah pedagang yang berjualan 1 – 2 tahun mencapai 21% atau 20 pedagang, selanjutnya adalah pedagang yang berjualan 5 – 6 tahun yaitu 16% atau 15 pedagang, kemudian pedagang yang sudah berjualan lebih dari 6 tahun mencapai 14% atau 13 pedagang, dan pedagang yang baru memulai berdagang atau kurang dari 1 tahun hanya 11% atau 10 pedagang.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

2. Penerapan Etika Bisnis Islam

e. Konsep Tauhid

Tauhid merupakan konsep yang memadukan aspek keseluruhan, baik aspek agama, ekonomi dan sosial, politik, budaya. Tidak hanya itu akan tetapi juga di dalam berbisnis juga adanya unsur kesatuan antara bisnis dengan moralitas dan pencarian ridha Allah, dan hasil dari suatu bisnis juga merupakan amanah Allah dan didalamnya terkandung kewajiban sosial. (Fatah Santoso, 2004) Maka dari itu sebagai pelaku bisnis seharusnya tidak menyepelekan kewajibannya kepada Allah SWT.

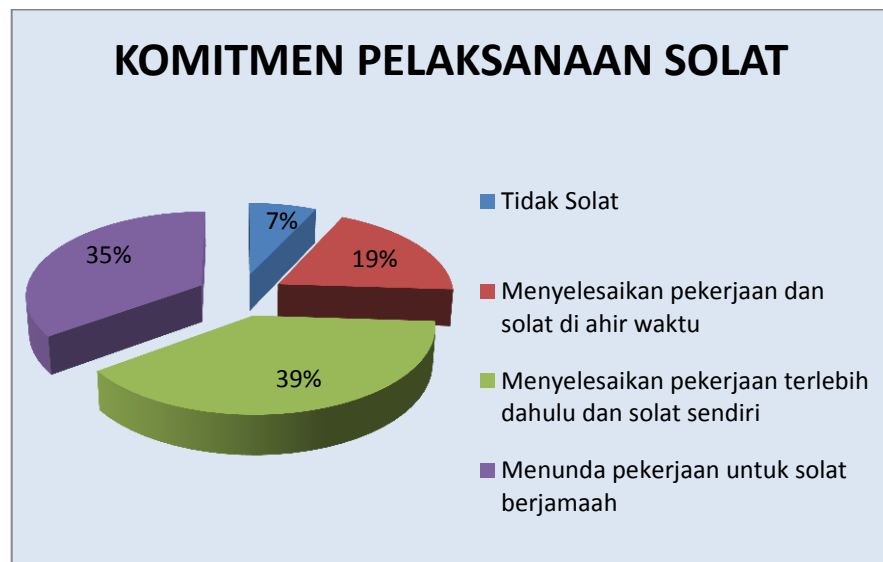
Dari hasil penelitian dengan menggunakan metode wawancara peneliti menggunakan poin dasar yakni komitmen pelaksanaan shalat, untuk penjelasan deskriptif mengenai hal tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

3) Komitmen pelaksanaan shalat

Penerapan komitmen pelaksanaan shalat oleh pedagang di pasar Gamping tergolong baik, karena beberapa informan mengatakan bahwa mereka melaksanakan shalat lima waktu rutin dan tepat pada waktunya, meskipun beberapa pedagang ada juga yang mengatakan bahwa sudah menjalankan kewajiban shalat tetapi tidak tepat waktu, mereka lebih memilih untuk menyelesaikan pekerjaannya terlebih dahulu. Artinya beberapa pedagang tersebut belum melaksanakan kewajibannya dengan maksimal. Namun secara keseluruhan dapat dimaknai bahwasanya mayoritas pedagang sudah menerapkan konsep tauhid terkait dengan komitmen pelaksanaan

solat. Dengan penelitian selanjutnya sebagai data pendukung yaitu dengan teknik kuisioner. Pertanyaan yang mewakili komitmen pelaksanaan kewajiban solat adalah jika anda sedang ramai pelanggan, kemudian memasuki waktu solat apa yang akan anda lakukan ? adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping dalam komitmen melaksanakan solat dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.5



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data tersebut, dapat kita lihat bahwa pedagang lebih memilih untuk menyelesaikan pekerjaan terlebih dahulu dan solat sendiri mencapai 39 % atau 40 pedagang dari seluruh total responden , selanjutnya sebanyak 35 % atau 20 pedagang menyatakan untuk menunda pekerjaan dan melaksanakan solat berjamaah terlebih dahulu, kemudian ada juga pedagang yang menyelesaikan pekerjaan dan solat di ahir waktu mencapai 19 %

atau 23 pedagang dari seluruh total responden, dan kemudian sisanya 7 % atau 10 pedagang dari seluruh responden menyatakan bahwa mereka memilih untuk tidak solat.

Pada gambar tersebut terlihat bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping menyelesaikan pekerjaannya terlebih dahulu dan mengerjakan solat sendiri. Adapun yang menunda pekerjaan terlebih dahulu untuk mengerjakan solat berjamaah. Dan sebagian ada yang menyelesaikan pekerjaan terlebih dahulu lalu solat diakhir waktu. Namun ada pula pedagang yang tidak melaksanakan solat.

Menurut Djakfar bahwa tauhid adalah hubungan vertikal antara manusia dengan Allah SWT yang merupakan wujud penyerahan diri secara penuh tanpa syarat, menjadikan keinginan dan ambisi untuk tunduk pada perintahnya, dari data kuisisioner menunjukkan bahwa mayoritas pedagang sudah mengerjakan solat dan dapat dinilai bahwa hal tersebut merupakan tunduk kepada perintahnya. (Djakfar, 2007)

Hubungan antara konsep tauhid dengan etika bisnis islam adalah ketika hamba Allah sudah patuh dan juga tertib dalam menjalankan perintahnya maka juga akan tertib dalam urusan duniawi, misalnya dalam berbisnis. Tertib dalam cara berbisnisnya maupun produk atau barang dagangan yang diperjual belikan. Semakin dia mendekatkan diri kepada allah maka ia selalu merasa

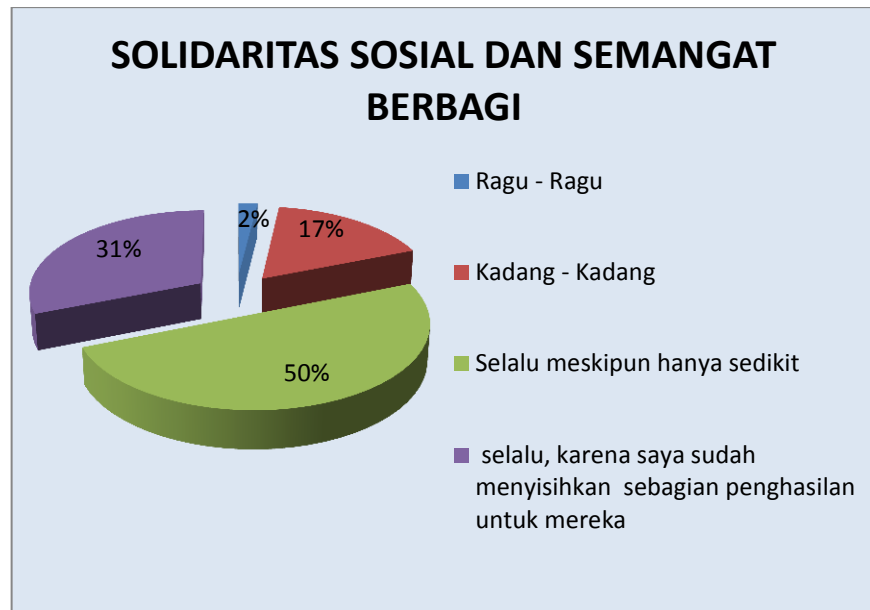
diawasi oleh Allah, sehingga kecil kemungkinan untuk berbuat kecurangan ataupun kebohongan didalam bisnisnya.

4) Solidaritas Sosial dan Semangat Berbagi

Solidaritas sosial dan juga semangat berbagi oleh para pedagang di pasar Gamping dapat dikatakan sudah baik, hal ini dapat dilihat dari beberapa informan mengatakan bahwa mereka rutin menyisihkan hasil dagangannya untuk berzakat ataupun bersedekah.

Semangat berbagi para pedagang yang ada di pasar Gamping tersebut diperkuat dengan hasil penelitian menggunakan kuisisioner. Dalam kuisisioner yang peneliti gunakan, pertanyaan yang mewakili solidaritas dan juga semangat berbagi adalah jika anda sedang mengalami krisis keuangan, kemudian ada orang lain yang juga sedang kesusahan (pengemis, fakir miskin, dll) apa yang anda lakukan ? adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping penerapan solidaritas sosial dan semangat berbagi sebagai berikut :

Gambar 4.6



Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari Gambar diatas terlihat bahwa solidaritas sosial dan semangat berbagi para pedagang yang ada di pasar Gamping cukup baik. Hanya 2% atau 2 orang saja yang menyatakan ragu – ragu untuk berbagi atau bersedekah. Akan tetapi hingga mencapai 50% atau 46 pedagang menyatakan bahwa mereka selalu berbagi atau bersedekah. Kemudian sebanyak 31% atau 29 pedagang menyatakan selalu bersedekah karena sudah menyisihkan sebagian hartanya untuk mereka (pengemis / fakir miskin). Selanjutnya 17% atau 16 pedagang menyatakan bahwa sudah bersedekah namun belum rutin melainkan hanya kadang – kadang saja. Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping sudah selalu berbagi kepada

yang membutuhkan. Korelasi antara etika bisnis islam dengan konsep tauhid semangat berbagi dengan pedagang di pasar adalah ketika pedagang sudah sadar dan juga peduli dengan kesejahteraan orang lain maka dalam berbisnis dia juga mempertimbangkan kesejahteraan orang lain.

f. Konsep Tazkiyah (Kejujuran, keadilan dan keterbukaan)

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

Dari hasil penelitian wawancara penulis menggunakan tiga poin dasar yakni :

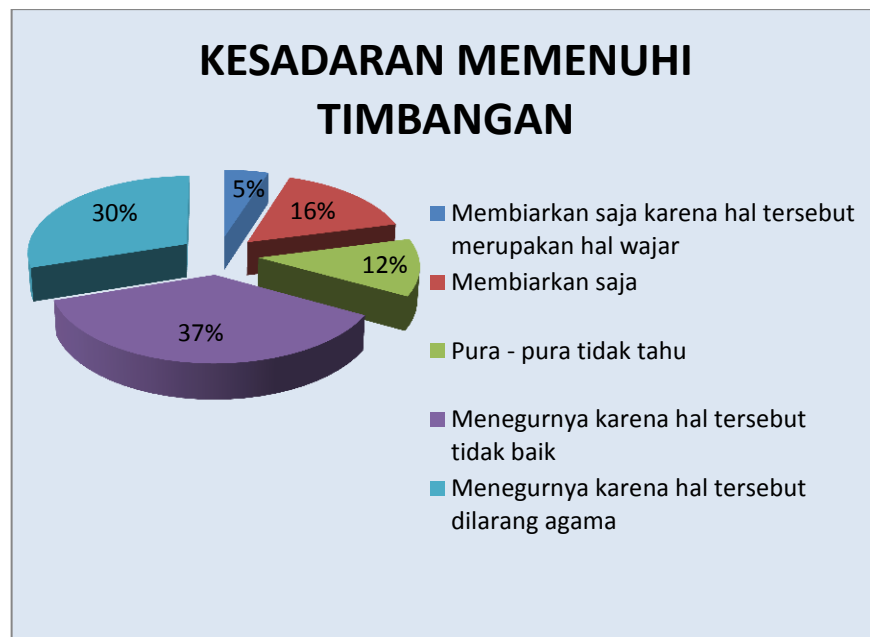
- d) Kesadaran memenuhi timbangan dan keterbukaan menerima kritik dan juga saran dari orang lain.

Didalam dunia bisnis khususnya jual beli masih seringkali terjadi kesalahan baik kesalahan tidak disengaja atau berasal dari luar dugaan, maupun kesalahan tersebut disengaja oleh pelaku bisnisnya atau seorang pedagang. Dengan adanya berbagai kesalahan, maka biasanya seorang pembeli atau konsumen akan mengkomplain mengenai barang dagangannya tersebut. Misalnya kita jadikan contoh bahwa seorang pedagang dalam menakar atau menimbang tidak sesuai dengan yang seharusnya, maka dengan

adanya kesalahan tersebut akan merugikan seorang pembeli, sehingga pembeli akan mengkonfirmasi atau menegur pedagang tersebut. Dalam hal ini hampir seluruh informan atau pedagang yang ada di pasar Gamping sangat terbuka untuk menerima kritik dan juga saran yang bertujuan untuk membangun guna kebaikan didalam usahanya. Terutama apabila takaran atau timbangan mereka tidak sesuai. Beberapa responden yang diwawancarai memang juga tidak setuju dengan hal mengurangi jumlah takaran. Dari data tersebut mencerminkan bahwa pedagang sudah memahami mengenai konsep memenuhi timbangan.

Dari penelitian selanjutnya menggunakan data kuisisioner, juga terlihat bahwa pedagang tidak setuju apabila mengurangi jumlah takaran atau timbangan. Dalam kuisisioner yang peneliti gunakan, pertanyaan mengenai hal ini adalah bagaimana jika anda tau ada pedagang lain yang mengurangi jumlah takaran ? adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping dalam memenuhi takaran atau timbangan adalah sebagai berikut :

Gambar 4.7



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data diatas mengenai kesadaran memenuhi timbangan dapat kita lihat bahwa 37% atau 34 pedagang dari seluruh responden menyatakan menegur karena hal tersebut tidak baik, kemudian sebanyak 30% atau 28 pedagang menegurnya karena hal tersebut dilarang agama. Selanjutnya 12% atau 11 pedagang menyatakan pura – pura tidak tau dan kemudian 11% atau 10 pedagang dari seluruh responden menyatakan membiarkan saja. Namun sisa dari seluruh responden sebanyak 5% atau 5 pedagang menyatakan membiarkan saja karena hal tersebut termasuk hal wajar.

Berdasarkan gambar di atas bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping ketika mengetahui atau melihat pedagang lain mengurangi timbangan maka mereka akan

menegurnya karena hal tersebut tidak baik, dan juga menegur dengan alasan hal tersebut dilarang oleh agama, dengan adanya teguran dari pedagang lain maka akan menjadikan pedagang yang melakukan kecurangan merubah menjadi lebih baik, guna untuk kemajuan usahanya dan juga tidak merugikan salah satu pihak.

Dalam berdagang pemenuhan takaran sangatlah penting, karena hal tersebut akan merugikan pembeli, apabila pembeli sudah mengetahui akan kecurangan – kecurangan yang dilakukan oleh seorang pedagang tersebut maka pembeli sudah tidak akan percaya lagi, sehingga mereka juga tidak akan mau menjadi pelanggan yang setia, hal tersebut tentunya akan berdampak kepada pendapatan atau kemajuan usaha dagang.

e) Memberi informasi terkait produk

Memberi informasi terkait produk merupakan hal yang seharusnya wajib dilakukan oleh para pedagang. Dalam penelitian ini di dapatkan hasil bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping sudah memberi informasi terkait produk, meskipun hal tersebut tidak dilakukan setiap saat oleh pedagang. Karena memang para konsumen sudah mengetahui jenis dan juga kualitas produk tersebut.

Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran penjual untuk memberi informasi kepada pembelinya sudah mendekati kategori baik. Namun masih ada juga pedagang yang sama sekali tidak

pernah memberikan informasi terkait produknya dengan alasan bahwa pembeli sudah tau dengan produk yang diperjual belikan, artinya ada beberapa pedagang yang ada di pasar Gamping belum sepenuhnya mengerti jika informasi terkait jenis dan juga kualitas produk sangat dipentingkan dan juga dibutuhkan oleh konsumen, agar terhindar dari penipuan terkait produk.

Berdasarkan penelitian selanjutnya menggunakan kuisisioner, terlihat bahwa mayoritas pedagang sudah memberi informasi terkait jenis dan juga kualitas produk kepada pembeli. Dalam kuisisioner yang penulis gunakan untuk mewakili pertanyaan dalam kuisisioner adalah apakah anda memberi informasi tentang jenis dan juga kualitas produk kepada pembeli. Berikut adalah data responden yang peneliti dapatkan terkait hal tersebut :

Gambar 4.8



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa 40% atau 38 pedagang dari seluruh responden menyatakan sudah sering untuk memberi informasi terkait produk yang mereka jual, kemudian sebanyak 26 % atau 24 pedagang menyatakan bahwa mereka selalu menyampaikan terkait jenis dan juga kualitas produk kepada pembeli. Kemudian sebanyak 22 % atau 21 pedagang dari seluruh responden menyatakan masih kadang – kadang saja memberitau kepada konsumen terkait produk yang mereka jual, selanjutnya sebanyak 10% atau 9 pedagang menyatakan bahwa belum menyampaikan kepada konsumen mengenai jenis dan juga kualitas produk dagangannya, dan sebanyak 2 % atau 2 pedagang dari seluruh responden menyatakan bahwa mereka tidak pernah menyampaikan terkait dengan jenis dan juga kualitas produk atau barang dagangan yang mereka jual.

Berdasarkan Gambar di atas mencerminkan bahwa mayoritas pedagang di pasar Gamping sudah memberikan informasi terkait produk, meskipun belum selalu dilakukan setidaknya sudah sering dilakukan oleh para pedagang, sebab hal – hal terkait produk sangat dibutuhkan oleh pembeli, demi kenyamanan pelanggan dan juga kepuasan konsumen dalam berbelanja. karena pembeli wajib tau kualitas barang tersebut terutama bahan pangan, apabila barang tersebut tidak berkualitas maka akan membahayakan bagi kesehatan.

f) Persaingan secara sehat

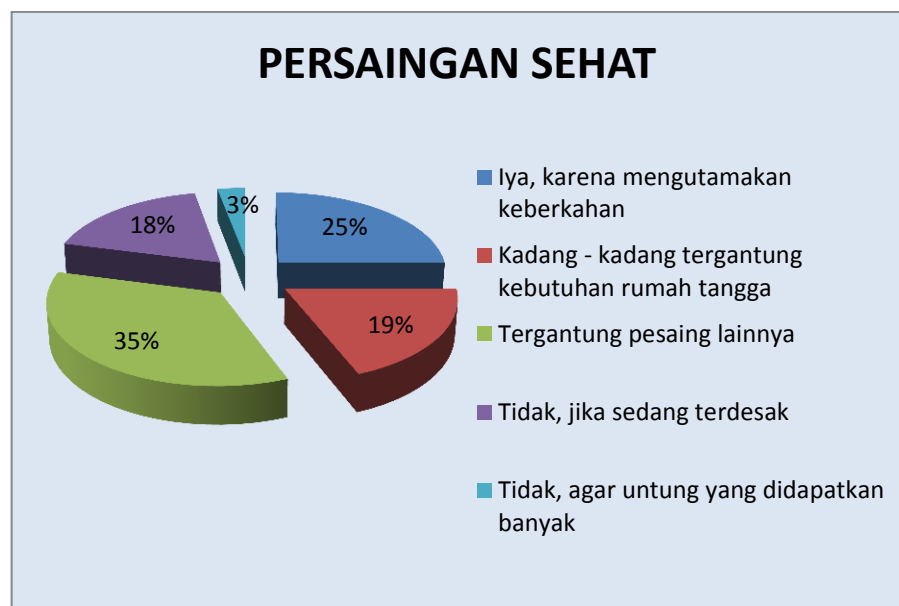
Persaingan di dalam pasar tentunya sangatlah ketat, terlebih di pasar Gamping jika di tinjau dari jumlah pedagangnya yang cukup banyak, maka persaingan yang terjadi di pasar tersebut juga tentunya juga semakin ketat. Dimana pedagang bersaing untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, berbagai cara pun dilakukan baik positif maupun negatif. Namun beberapa responden juga meyakini bahwasanya rezeki setiap manusia sudah di atur oleh Allah SWT, maka mereka tidak masalah apabila di pasar terdapat persaingan yang mungkin tidak sesuai dengan etika bisnis islam.

Jika dilihat dari pernyataan tersebut tercermin bahwa pedagang sangat sadar rezeki hanya berasal dari allah dan mereka juga sangat terbuka apabila ada pedagang lain yang berjualan sama dengan produk mereka. Hal ini berarti pedagang tidak berusaha untuk memonopoli jenis dagangan yang serupa dengan mereka. Keadaan ini sesuai dengan salah satu teori Santoso bahwa keadilan merupakan kemampuan pelaku bisnis untuk membebaskan penindasan seperti riba dan juga monopoli.

Kemudian dari penelitian selanjutnya menggunakan kuisisioner mengenai penerapan persaingan secara sehat, hasil yang didapatkan adalah mereka masih tergantung dengan pedagang lainnya, artinya tergantung pada kondisi persaingan pasar tersebut bagaimana yang dilakukan oleh para pedagangnya. Dalam

kuisisioner yang penulis gunakan untuk mewakili pertanyaan mengenai penerapan persaingan sehat ini adalah didalam kehidupan pasar tentunya ada unsur persaingan untuk mendapatkan keuntungan, apakah anda tetap bersaing sehat ? adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping mengenai penerapan persaingan secara sehat adalah sebagai berikut :

Gambar 4.9



Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari gambar di atas dapat kita lihat bahwa 35% atau 33 pedagang dari seluruh responden menyatakan bahwa mereka tergantung kepada pesaing lainnya, artinya apabila di pasar tersebut pesaing lainnya melakukan persaingan yang sehat maupun tidak sehat mereka juga akan mengikuti hal tersebut, akan tetapi apabila di pasar tersebut persaingannya sudah sehat antara pedagang satu dengan pedagang lainnya, maka mereka juga akan mengikuti hal

baik tersebut. Selanjutnya 25 % atau 23 pedagang menyatakan bahwa mereka bersaing sehat karena mereka berbisnis tidak untuk mendapatkan keuntungan semata melainkan juga mencari keberkahan. Kemudian sebanyak 19 % atau 18 pedagang dari seluruh responden menyatakan kadang – kadang tergantung kebutuhan rumah tangga, artinya apabila kebutuhan rumah tangga sedang meningkat maka tidak menutup kemungkinan mereka bersaing dengan cara yang tidak sehat. Kemudian 18% atau 16 pedagang menyatakan tidak jika sedang mendesak, artinya mereka belum bersaing sehat apabila kebutuhannya sedang mendesak, dan kemudian sebanyak 3% atau 3 pedagang menyatakan tidak bersaing dengan sehat agar mendapatkan keuntungan maksimal.

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping menyatakan tergantung kepada pesaing lainnya. Artinya mereka melihat bagaimana kondisi pesaing lainnya, apakah bersaing positif ataupun negatif. Sebanyak 25 % pedagang dari seluruh responden yang menyatakan bahwa mereka bersaing sehat karena mereka berdagang tidak hanya untuk keuntungan semata akan tetapi juga mencari keberkahan didalam bisnisnya. Namun beberapa pedagang yang mengatakan bahwa mereka belum bersaing secara sehat apabila kebutuhan rumah tangga sedang meingkat dan juga ada kebutuhan yang mendesak. Bahkan ada pedagang yang menyatakan untuk tidak bersaing sehat.

Hal ini mencerminkan bahwa belum tertanam secara mutlak nilai keadilan didalam pasar tersebut.

g. Konsep Khilafah

Konsep khilafah yakni manusia mempunyai kebebasan dalam bertahan hidup dan juga mengelola kekayaan alam yang telah Allah berikan. Namun manusia juga tidak dapat semena – mena dalam menjalankan aktivitasnya dan juga didalam bisnisnya meskipun Allah memberi kehendak bebas terhadap umatnya. Disisi lain manusia juga harus mempertanggung jawabkan seluruh kegiatannya. Hasil penelitian mengenai konsep khilafah yaitu sebagai berikut :

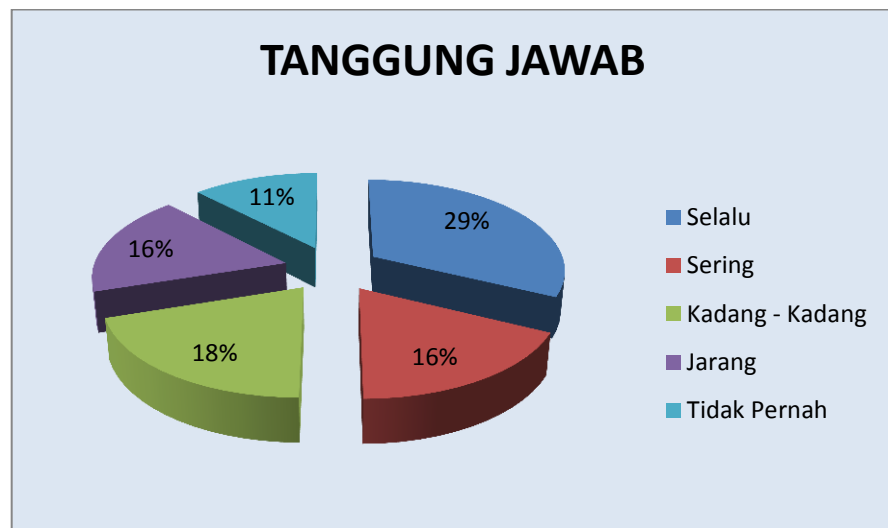
c) Tanggung jawab

Penerapan tanggung jawab terhadap kegiatan yang dilakukan atau bisnisnya dapat dikatakan bahwa tergolong sudah baik. Mereka sudah melakukan pencatatan terhadap pengeluaran dan juga pemasuka dan juga utang piutang. Mereka melakukan pencatatan pemasukan dan juga pengeluaran karena untuk melihat keuntungan yang mereka dapatkan, selain itu ada pedagang yang diberi amanah dari pemilik usaha untuk melakukan pencatatan sebagai tanggung jawab dalam menjalankan usaha.

Hal tersebut mencerminkan bahwa pedagang yang ada di pasar Gamping sudah memahami konsep tanggung jawab didalam bisnisnya dalam hal pencatatan pemasukan, pengeluaran dan juga utang piutang.

Dari hasil penelitian selanjutnya yaitu menggunakan kuisisioner dapat dilihat bahwa penerapan tanggung jawab dalam hal pencatatan pemasukan, pengeluaran dan juga utang piutang. Dalam kuisisioner ini peneliti menggunakan pertanyaan apakah anda mencatat pendapatan, pengeluaran dan juga utang piutang. Adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping adalah sebagai berikut :

Gambar 4.10



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan gambar diatas mengenai tanggung jawab, dapat kita lihat hingga mencapai 29% atau 27 pedagang menyatakan selalu melakukan pencatatan, baik pemasukan, pengeluaran dan juga hutang piutang. Kemudian sebanyak 26% atau 24 pedagang menyatakan bahwa mereka sering melakukan pencatatan terkait pemasukan, pengeluaran dan juga utang piutang. Selanjutnya 18% atau 17 pedagang dari seluruh responden

menyatakan bahwa mereka kadang - kadang melakukan pencatatan terkait pendapatan, pengeluaran dan juga utang piutang. Kemudian sebanyak 16% atau 15 pedagang menyatakan jarang melakukan pencatatan terkait pendapatan, pengeluaran dan juga utang piutang, dan kemudian sebanyak 11% atau 10 pedagang dari seluruh responden menyatakan tidak pernah melakukan pencatatan pendapatan, pengeluaran dan juga utang piutang.

Berdasarkan gambar diatas dapat kita lihat bahwa mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping sudah melakukan pencatatan pengeluaran, pemasukan dan juga utang piutang, namun ada pedagang yang sama sekali tidak pernah melakukan pencatatan hingga mencapai 11 %. Kemudian sisa dari responden keseluruhan menyatakan bahwa mereka melakukan pencatatan akan tetapi tidak melakukan rutin.

Didalam berbisnis sangat diperlukan konsep tanggung jawab terkait pencatatan pemasukan, pengeluaran dan juga utang piutang. Karena hal tersebut dapat memantau pergerakan kemajuan bisnisnya dari waktu ke waktu, selain itu juga meminimalisir terjadinya kerugian di alam bisnis.

d) Kualitas dan Kehalalan Produk

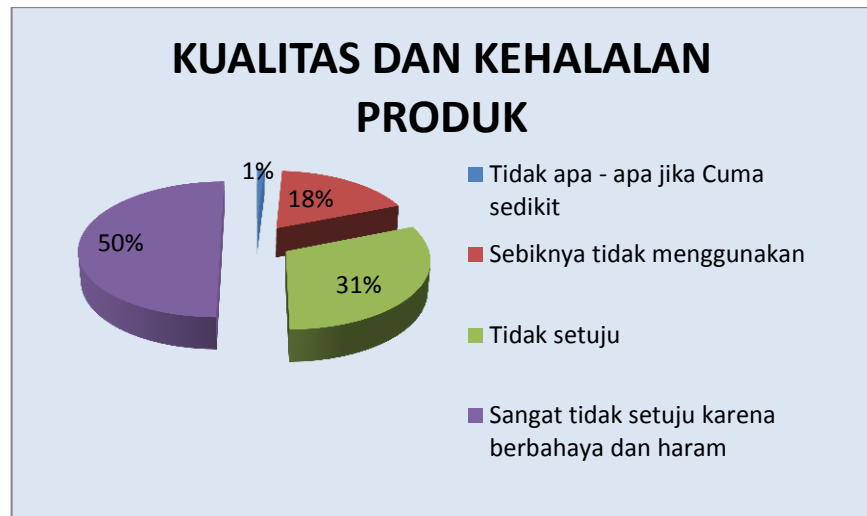
Penerapan prinsip etika bisnis mengenai kualitas dan juga kehalalan produk merupakan hal utama yang harus di terapkan oleh para pedagang, karena di dalam berdagang tidak hanya

memperhatikan harga saja, akan tetapi juga mutu barang yang dijual.

Berdasarkan hasil wawancara terlihat bahwa pedagang yang ada di pasar Gamping sudah baik dalam pelaksanaan terkait kualitas dan juga kehalalan produk, beberapa pedagang makanan juga menyatakan apabila harga bahan baku naik mereka lebih baik untuk mengurangi porsi saja dari pada harus mengurangi ataupun mengganti dengan kualitas yang lebih rendah, karena hal tersebut dapat mengancam kesehatan para konsumen. Selain itu pedagang yang lain juga menyatakan bahwa lebih baik menaikkan harga dari pada harus mengganti dengan kualitas yang lebih rendah, karena kepercayaan konsumen adalah kunci utama bagi pedagang.

Dari penelitian menggunakan kuisisioner didapatkan hasil yang juga menguatkan pernyataan informan. Dalam kuisisioner penulis menggunakan pertanyaan yang mewakili pelaksanaan kualitas dan juga kehalalan produk yaitu bagaimana menurut anda jika ada produk yang mengandung bahan pengawet atau menggunakan bahan seperti anjing, tikus dan babi ? adapun data responden yaitu pedagang yang ada di Pasar Gamping sebagai berikut :

Gambar 4.11



Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan gambar di atas mengenai kualitas dan kehalalan produk dapat dilihat bahwa sebanyak 50% atau 47 responden menyatakan bahwa sangat tidak setuju karena berbahaya dan haram, kemudian sebanyak 31% atau 29 responden menyatakan tidak setuju, dan kemudian 18% atau 17 responden menyatakan bahwa sebaiknya tidak menggunakan, dan sisanya 1 responden menyatakan bahwa tidak apa – apa jika cuma sedikit.

Dari gambar diatas dapat kita lihat mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping tidak setuju kalau produknya mengandung barang yang tidak halal, dengan alasan karena berbahaya dan juga haram. Hal tersebut mengindikasikan bahwasanya pedagang yang ada di pasar Gamping sudah memperhatikan akan kualitas dan juga kehalalan produknya, demi keamanan dan juga terhindar dari unsur haram.

h. Konsep Ihsan (Kebaikan pada orang lain)

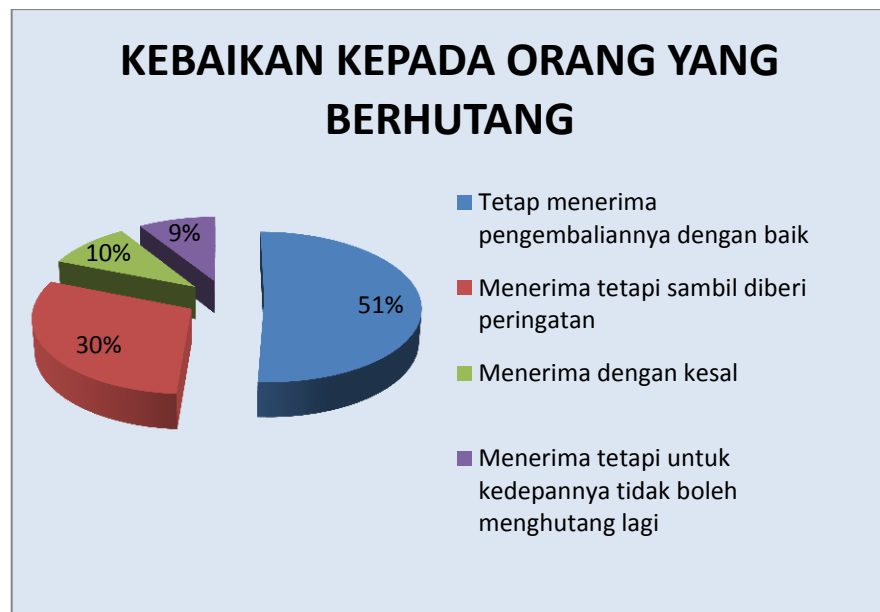
Konsep ihsan merupakan kesediaan pelaku bisnis untuk memberikan kebaikan pada orang lain, seperti pembayaran hutang setelah jatuh tempo dan juga pengembalian barang yang telah dibeli. Sesama manusia harus saling memahami, mengerti dan juga saling membantu. Berikut adalah hasil penelitian dengan menggunakan metode wawancara :

c) Kebaikan pada orang yang berhutang

Pada penelitian ini hampir seluruh informan mengatakan bahwa pembayaran utang setelah jatuh tempo itu tidak masalah, bahkan beberapa pedagang tidak pernah memberikan batasan terkait waktu pengembalian utang. Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa para pedagang yang ada di pasar Gamping sangat paham akan konsep ihsan atau kebaikan kepada orang lain.

Dari penelitian selanjutnya mengenai kebaikan pada orang yang berhutang menggunakan kuisisioner, hasil yang didapatkan juga menguatkan pernyataan informan. Dalam kuisisioner penulis menggunakan pertanyaan jika ada orang yang berhutang dan membayar setelah jatuh tempo apa yang anda lakukan. Adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping mengenai kebaikan pada oranglain yang berhutang:

Gambar 4.12



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan gambar diatas mengenai kebaikan kepada orang yang berhutang dapat dilihat bahwa sebanyak 51% atau 48 pedagang dari seluruh responden menyatakan menerima dengan baik. Kemudian 30 % atau 28 pedagang menyatakan menerima tetapi sambil diberi peringatan. Selanjutnya 10 % atau 9 pedagang menyatakan menerima dengan kesal. Dan kemudian 9 % atau 8 pedagang dari seluruh responden menyatakan menerima dengan kesal.

Dari gambar diatas dapat kita lihat mayoritas pedagang yang ada di pasar Gamping tetap menerima pengembalian dengan baik, dan ada juga yang menerima serta memberi peringatan kepada konsumennya, agar apabila melakukan peminjaman selanjutnya lebih bertanggung jawab. Namun ada juga pedagang yang

menyatakan menerima tetapi untuk kedepannya tidak boleh menghutang lagi, hal tersebut tidak di benarkan, karena hidup adalah untuk membantu satu sama lain.

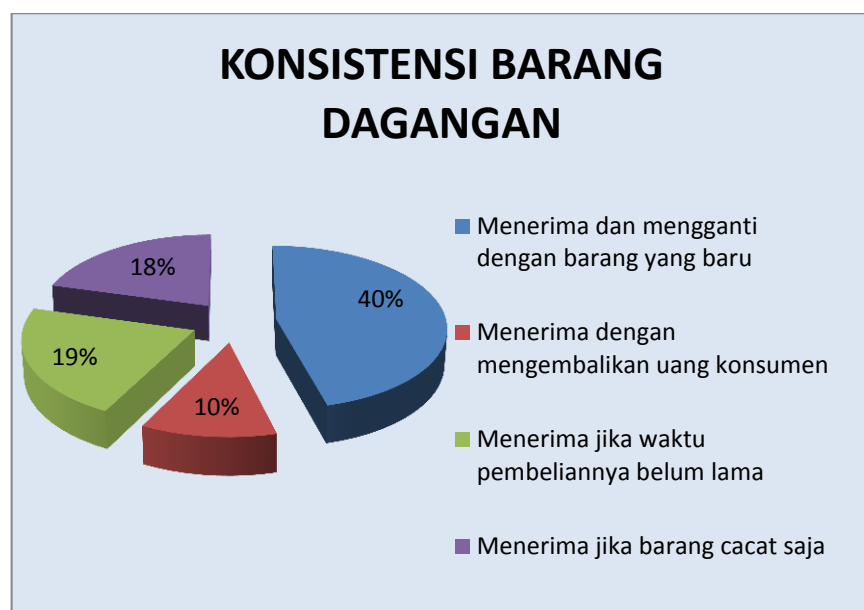
d) Konsistensi barang dagangan

Konsistensi barang dagangan juga termasuk kedalam konsep ihsan atau kebaikan kepada orang lain, dimana salah satunya adalah menerima pengembalian barang yang sudah di beli dengan alasan tidak cocok, cacat dan lain- lain. Hal tersebut biasanya menimbulkan komplain dari pembeli, namun beberapa informan juga mengatakan bahwa pengembalian barang yang sudah di beli itu tidak menjadi masalah, karena mereka berpedoman untuk tidak ada yang saling dirugikan, baik penjual atau pembeli. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya para pedagang sangat terbuka ketika menerima pengembalian barang yang telah di beli oleh konsumen, mereka berfikir bahwa barang yang dikembalikan bukanlah barang yang kualitasnya tidak bagus saja, namun terkadang tidak sesuai dengan ukuran ataupun salah warna. Jikalau memang barang yang dikembalikan adalah barang yang cacat ataupun tidak berkualitas bagus, maka pedagang menyadari akan hal itu dan menerima dengan baik, agar tidak ada yang di rugikan.

Dari hasil penelitian selanjutnya menggunakan kuisisioner, dapat di lihat hasilnya bahwa mayoritas pedagang menerima pengembalian yang tidak sesuai jika waktu pembeliannya belum

lama. Dari pernyataan tersebut, pertanyaan yang digunakan untuk mewakili kuisisioner ini adalah bagaimana jika ada pengembalian suatu barang yang tidak sesuai dari konsumen. Adapun data responden yaitu pedagang yang ada di pasar Gamping sebagai berikut :

Gambar 4.13



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan gambar diatas mengenai konsistensi barang dagangan dapat dilihat bahwa sebanyak 40% atau 37 pedagang dari seluruh responden menyatakan bahwa menerimadan mengganti dengan barang baru, kemudian 19% atau 18 pedagang menyatakan menerima jika waktu pembeliannya belum lama. Selanjutnya 18% atau 17 pedagang dari seluruh responden menyatakan menerima jika barang cacat saja. Kemudian 13% atau 12 pedagang menyatakan tidak menerima pengembalian barang.

Berdasarkan gambar diatas mayoritas pedagang menyatakan bahwa mereka mau menerima pengembalian barang yang sudah dibeli oleh konsumen. Adapun pedagang yang mau menerima jika waktu pembeliannya belum lama dan menerima jika barang tersebut cacat saja, artinya jika pembeli tidak sesuai terkait warna maka pedagang tersebut tidak mau menerima. Namun terdapat juga pedagang yang tidak mau menerima pengembalian suatu barang yang telah dibeli, karena hal tersebut pedagang merasa dirugikan. Seharusnya hal tersebut tidak mempengaruhi pendapatan seorang pedagang. Karena apabila konsumen mengembalikan dengan alasan tertentu, dan pedagang menerimanya dengan baik maka hal tersebut bisa menjadi sesuatu yang di pandang baik oleh konsumen, sehingga konsumen juga akan semakin percaya dan tidak menutup kemungkinan untuk menjadi pelanggan setia.

C. Dampak Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Usaha Dagang

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

a. Aspek Pemasaran

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

b. Aspek manajemen dan SDM

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

c. Aspek Dampak lingkungan

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

d. Aspek Sosial

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

e. Aspek Financial

Aspek financial merupakan parameter yang digunakan sebagai standar untuk menilai tingkat kemajuan suatu bisnis. Dalam hal ini karena pedagang di pasar Gamping telah berhasil menerapkan beberapa aspek kemajuan bisnis di atas, maka jika di lihat dari aspek financial, para pedagang di pasar Gamping di katakan maju dan memiliki prospek bisnis untuk kedepannya.