

Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Regol Kota Bandung

Dinita Srihiang*, Nurfahmiyati

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

* dinitarazak99@gmail.com, fyatie03@yahoo.com

Abstract. Islamic Business Ethics is a set of norms and rules that regulates so that a business can run well. Considering that competition will always exist in business, therefore Islamic business ethics is needed to maintain order in business so that there are no ethical and business violations that are carried out in accordance with Islamic principles. Regol District, Bandung City is one of the objects where business activities run. The purpose of this research is to find out whether the street vendors in Regol District, Bandung City have implemented Islamic business ethics in carrying out their business practices or not. The method used is descriptive research with a qualitative approach. Data collection techniques were carried out using interview and observation techniques to street vendors in Regol District, Bandung City and selected according to the criteria determined by the researcher. The results of this study conclude that, the majority of traders have understood Islamic business ethics as exemplified by Rasulullah in trading. Street vendors in Regol District understand that honesty is the main capital to gain trust from consumers and achieve success in business. They do trade in accordance with Islamic law as a form of obedience to Allah. They believe that everything comes from God and will also return to God. Traders understand that the nature of Fathanah means understanding something and being able to explain it, fathanah is interpreted as ingenuity or wisdom. Street vendors also understand that the nature of tabligh means conveying something. This means that people who have tabligh nature must be communicative and argumentative.

Keywords: *Islamic Business Ethics, Street Vendors, Regol District, Bandung City.*

Abstrak. Etika Bisnis Islam merupakan suatu perangkat norma dan aturan yang mengatur agar suatu bisnis dapat berjalan dengan baik. Mengingat persaingan akan selalu ada dalam bisnis, oleh karena itu etika bisnis Islam sangat dibutuhkan untuk menjaga keteraturan dalam berbisnis agar tidak terjadi pelanggaran etika dan bisnis yang dijalani sesuai dengan kaidah-kaidah Islami. Kecamatan Regol Kota Bandung merupakan salah satu objek dimana kegiatan bisnis berjalan. Tujuan penelitian adalah mengetahui apakah para pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung telah menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan praktek bisnisnya atau tidak. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi kepada para pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung dan dipilih sesuai kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa, mayoritas pedagang telah memahami etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang. Para pedagang kaki lima di Kecamatan Regol memahami bahwa kejujuran merupakan modal utama untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan mencapai kesuksesan dalam bisnis. Mereka melakukan cara berdagang yang sesuai dengan syariat Islam sebagai bentuk ketaatannya kepada Allah. Mereka percaya bahwa segala sesuatu datangnya dari Allah dan akan kembali juga kepada Allah. Pedagang memahami bahwa sifat Fathanah berarti mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, fathanah diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan. Para pedagang kaki lima juga memahami bahwa sifat tabligh artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat tabligh harus komunikatif dan argumentatif.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Pedagang Kaki Lima, Kecamatan Regol Kota Bandung.*

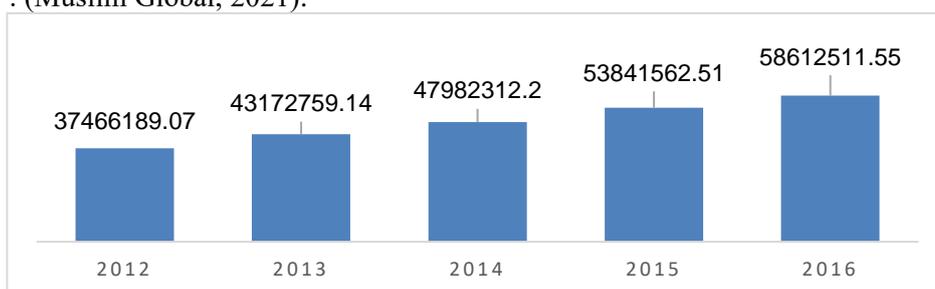
A. Pendahuluan

Kota Bandung merupakan salah satu sentra aktivitas perekonomian di Provinsi Jawa Barat. Salah satu sektor yang cukup aktif secara ekonomi adalah perdagangan informal dimana pelaku utamanya adalah Pedagang Kaki Lima (PKL). Kota Bandung memiliki potensi daerah sebagai wilayah perbelanjaan dan wisata. Sektor perdagangan dan jasa saat ini memainkan peranan penting pada pertumbuhan ekonomi Kota ini disamping terus berkembangnya sektor industri dan sektor perdagangan.

Perkembangan kegiatan perdagangan di kota Bandung bukan hanya terjadi di pasar, pertokoan, online shop maupun pusat perbelanjaan namun juga dilakukan di pusat-pusat keramaian seperti alun-alun, tempat wisata, area sekolah, maupun tempat lainya yang pada umumnya aktivitas tersebut dilakukan oleh pedagang kaki lima (PKL). Pedagang Kaki Lima memanfaatkan banyaknya aktivitas manusia di daerah tersebut dengan berdagang sebagai sumber ekonomi. Perkembangan Pedagang Kaki Lima di Kota Bandung cukup pesat dengan jumlahnya yang semakin banyak.

Agama Islam telah mengizinkan adanya bisnis, karena Rasulullah SAW sendiri dahulu telah berkiprah di dunia bisnis dalam kurun waktu yang cukup lama. Bahkan nabi sudah belajar berdagang ketika beliau baru berusia 12 tahun, karena pada dasarnya latar belakang keluarga beliau adalah pebisnis kuat dan sukses (Malahayati. 2010:21)

Tentang bisnis sendiri, dalam sebuah hadits, Rasulullah pernah memberikan penjelasan dan apresiasi lebih kepada sahabat yang bertanya, “Penghasilan apakah yang paling baik, wahai Rasulullah?”, kemudian Rasulullah menjawab, “Penghasilan seseorang dari jerih payah tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (HR. Ahmad di dalam Al- Musnad no. 16628)”. (Muslim Global, 2021).



Gambar 1. Perkembangan Kontribusi Sektor Perdagangan terhadap PDRB Kota Bandung Atas Harga Berlaku (Juta Rupiah)

Sumber: BPS Kota Bandung

Dilihat dari data diatas dapat diketahui bahwa kontribusi sektor bisnis terhadap Produk Domestik Bruto Kota Bandung setiap tahunnya terus meningkat sebesar 8 persen sampai dengan 15 persen. Hal ini juga menandakan bahwa pelaku bisnis terus bertambah, karena bisnis atau perdagangan merupakan profesi yang setiap orang bisa terjun didalamnya sehingga peranannya dalam mengurangi jumlah pengangguran merupakan hal sangat penting dalam membantu proses pembangunan ekonomi.

Di era globalisasi seperti sekarang khususnya di Kota Bandung, menjadikan persaingan bisnis semakin ketat sehingga mendorong para pelaku bisnis untuk terus meningkatkan kinerja bisnis mereka. Upaya ini juga dilakukan para pelaku bisnis untuk memastikan keberlanjutan dan kesehatan dari bisnis yang mereka jalani. (Fajri, 2018)

Sattar (2017:373) menjelaskan bahwa hubungan antara bisnis dengan konsumennya merupakan hubungan yang paling banyak dilakukan, seorang pelaku bisnis harus senantiasa bisa menerapkan dan menjaga etika yang baik, karena hal tersebut menjadi faktor yang sangat penting dalam kelancaran dan kemahsyuran jalannya suatu bisnis, terutama ketika kita harus berhadapan langsung dengan konsumen.

Etika bisnis Islam menjadi hal yang sangat penting, karena dengan begitu ikatan antar pelaku bisnis, pelaku bisnis dengan mitra bisnis, ataupun pelaku bisnis dengan konsumen akan terjalin dengan sangat baik, sehingga akan timbul sikap saling percaya satu sama lain. Hal ini

akan sangat mempengaruhi terhadap kinerja bisnis yang sedang dijalankan. (Fajri, 2018).

Dengan menerapkan etika dalam menjalankan bisnis, maka akan meningkatkan nilai dari bisnis itu sendiri. Tingkat persaingan yang terus berkembang semakin ketat ditambah dengan konsumen yang semakin kritis mengharuskan pelaku usaha untuk terus berkreasi dan berinovasi agar perusahaan tetap unggul dari para kompetitornya. (Lestari, 2015).

Kecurangan merupakan pemicu kegagalan sebuah bisnis, Al-Qur'an sudah memeritahkan kepada umat muslim dalam menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Setiap umat Islam hendaknya bersikap jujur sebagaimana timbangan yang sesuai saat berjalan serta dalam semua kegiatan bermuamalah dengan orang lain. Sebagai seorang muslim dilarang untuk berbuat tindakan penipuan seperti menjual kualitas barang yang rendah mutunya atau mengurangi timbangan. Harta kekayaan apapun yang diperoleh dengan cara yang bathil tidak akan mendapatkan keberkahan dari-Nya. (Yusanto, M.I, dan M.K. Widjajakusuma. 2002:17).

Tabel 1. Data Jumlah Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kota Bandung 2018-2021

No	Nama Kecamatan	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
1	Regol	3263	3263	3336	3338
2	Coblong	1744	1744	2834	2836
3	Sukajadi	1966	1966	1966	1966
4	Astanaanyar	1800	1800	1800	1859
5	Andir	1457	1457	1458	1458
6	Cibeunying Kidul	1105	1105	1382	1382
7	Kiaracandong	1119	1119	1119	1120
8	Bandung Wetan	991	991	1020	1020
9	Cicendo	740	740	757	757
10	Buah Batu	720	720	720	720
11	Sumur Bandung	639	639	639	716
12	Lengkong	1113	1113	654	654
13	Batununggal	576	576	576	576
14	Ujung Berung	403	403	403	479
15	Babakan Ciparay	464	464	464	464

16	Arcamanik	428	428	428	428
17	Sukasari	354	354	354	354
18	BojongLoa Kaler	290	290	282	282
19	Bandung Kulon	230	230	230	263
20	BojongLoa Kidul	237	237	237	237
21	Bandung Kidul	122	122	225	225
22	Rancasari	167	167	167	167
23	Cibeunying Kaler	159	159	167	167
24	Antapani	85	85	144	144
25	Cibiru	78	78	115	115
26	Cidadap	88	88	88	88
27	Panyileukan	76	76	76	76
28	Cibambo	71	71	71	71
29	Mandalajati	62	62	62	62
30	Gedebage	12	12	12	12

Sumber: Sisfo Pedagang Kaki Lima (SIPKL)

Berdasarkan data dari Sisfo Pedagang Kaki Lima (SIPKL), pedagang kaki lima di kota Bandung memiliki persentase peningkatan per-tahunnya sebesar 7 persen dengan jumlah pedagang terbanyak pada tahun 2021 yaitu 22.003 pedagang. Bandung adalah salah satu kota dengan jumlah pedagang kaki lima terbesar di Indonesia. Kota Bandung tumbuh sebagai kawasan urban yang padat penduduk. Sektor informal, dengan caranya sendiri, telah teruji sebagai komponen penting pertumbuhan ekonomi kota.

Dalam menjalankan bisnis, Islam mempunyai empat pilar dalam etika bisnis yang terdiri dari shiddiq, fathanah, amanah, dan tabligh. Perilaku para pelaku usaha dalam menjalankan bisnis tentunya harus berdasarkan empat pilar tersebut. Untuk menjadi pembisnis yang sesuai syariat Islam, dibutuhkan empat pilar tersebut supaya didalam mendapatkan keuntungan pengusaha tersebut mendapatkan ke ridhaan dari Allah SWT (Antonio, 2011).

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti sejauh mana etika bisnis Islam yang diterapkan oleh para pelaku bisnis atau pedagang dalam kegiatan bisnis yang dijalankan. Seperti yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu Pedagang Kaki Lima di Kecamatan Regol. Pada data tahun 2021, Kecamatan Regol merupakan salah satu kecamatan dengan jumlah Pedagang Kaki Lima (PKL) terbanyak di Kota Bandung yang dari sisi penyebarannya, jumlah PKL terbanyak mencapai 3.338 orang.

Kecamatan Regol menjadi pilihan peneliti sebagai objek penelitian untuk mengukur sejauh mana para pelaku usaha mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnisnya. Mengingat berdasarkan data dari SISFO Pedagang Kaki Lima (SIPKL), PKL di Kecamatan Regol ini merupakan lokasi yang memiliki jumlah Pedagang Kaki Lima (PKL) terbanyak di Kota Bandung, sehingga hal ini menjadikan persaingan yang terjadi diantara pedagang menjadi kompetitif.

Iklim persaingan bisnis kompetitif tentu dapat mempengaruhi pola pikir para pelaku usaha untuk senantiasa memikirkan bagaimana caranya agar bisnis yang dijalankannya lebih unggul daripada pesaingnya, yang akan berdampak kepada rawannya terjadi pelanggaran-pelanggaran etika pada praktek bisnis yang dijalankan.

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang yang telah diuraikan maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut : bagaimana penerapan prinsip shiddiq, amanah, fathanah dan tabligh dalam etika bisnis islam oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Menganalisis dan mengetahui penerapan prinsip shiddiq dalam etika bisnis islam oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung
2. Menganalisis dan mengetahui penerapan prinsip amanah dalam etika bisnis islam oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung
3. Menganalisis dan mengetahui penerapan prinsip fathanah dalam etika bisnis islam oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung.
4. Menganalisis dan mengetahui penerapan prinsip tabligh dalam etika bisnis islam oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif analisis kualitatif yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan berdasarkan rumusan masalah. Etika Bisnis dalam perspektif Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Nabi dalam dunia bisnis. Dalam menjalankan bisnis, etika merupakan hal yang sangat penting dan harus diperhatikan. Terdapat empat sifat etika bisnis Islam yang terdiri dari Shiddiq, Fathanah, Amanah, dan Tabligh. Keempat sifat tersebut menjadi dasar perilaku para pelaku bisnis untuk menjalankan bisnisnya, agar tujuan bisnis tidak hanya untuk mencari keuntungan semata, tetapi juga yang paling utama untuk mencapai ridha Allah SWT.

Dalam Islam, bisnis merupakan salah satu aktivitas muamalah yang tentu tidak dapat dipisahkan dari aturan dan norma-norma Islami. Keempat sifat tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad SAW dan sangat dikenal dikalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis.

Oleh karena itu peneliti mencoba menelusuri sejauh mana penerapan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang terhadap para pedagang apakah sifat-sifat tersebut diterapkan atau tidak. Selanjutnya dapat dilihat berdasarkan dari hasil penelitian yang peneliti peroleh dilapangan, dengan teknik wawancara kepada pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung terkait dengan etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam berdagang.

Penerapan prinsip Shiddiq dalam etika bisnis Islam oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung

Shiddiq artinya jujur. Dalam menjalankan bisnisnya Nabi Muhammad SAW, selalu

menunjukkan kejujuran dan meyakini betul bahwa membohongi para pembeli sama dengan menghinai mereka. Mereka akan kecewa karena tertipu. Akibatnya mereka tidak akan membeli barang di kita lagi, dan lambat laun bisnis akan hancur.

Sifat Jujur merupakan sikap yang muncul dari dalam hati, karena kejujuran merupakan sikap yang baik terutama bagi pelaku bisnis dan pada hakikatnya, semua benci dengan kebohongan dan kepalsuan, hanya akal yang kotor dan logika yang tidak normal yang menyenangi kebohongan dan kepalsuan yang pada umumnya mendatangkan kerugian dalam bisnis, baik kerugian hati nurani maupun kerugian fisik, untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

Sesuai dengan pengertian di atas peneliti menanyakan kepada informan mengenai penerapan prinsip shiddiq dalam berdagang itu seperti apa. Kemudian dikemukakan oleh NK yang memberikan jawaban mengenai penerapan prinsip shiddiq dalam berdagang, yaitu:

“Prinsip shiddiq dalam berdagang itu adalah sikap jujur. Sebagai contoh, penjual dan pembeli bebas memilih selama belum berpisah, jika keduanya bersikap benar dan mau menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual-belinya. Namun, jika keduanya saling berbohong dan menutupi aib barang dagangan itu (maka jika mereka mendapat laba), hilanglah berkah jual-belinya.”

Lalu JG memberikan tanggapan mengenai penerapan prinsip shiddiq dalam berdagang yang peneliti wawancarai, dan memberikan jawaban yaitu:

“Berdagang yang sesuai dengan prinsip shiddiq itu pedagang harus jujur dan tidak menipu. Contohnya ketika menawarkan barang dagangan, jika pembeli menanyakan kondisi barang kita harus jujur apa adanya kondisi barang. Tidak melebih-lebihkan dan mengurangi penjelasan mengenai kondisi barang.”

Kemudian salah satu pedagang kaki lima yang sudah berjualan selama 14 tahun di Kecamatan Regol, yakni NL yang peneliti wawancarai, memberikan jawaban yaitu:

“Prinsip shiddiq dalam berdagang itu ya kita harus jujur. Karena itu kunci utama dalam berdagang. Kalau kita curang yang rugi bukan hanya pembeli tetapi juga diri sendiri. Pembeli pastinya tidak mau lagi untuk membeli dagangan kita atau bahkan sekedar menengok saja tidak akan mau. Saya berjualan untuk mencukupi kebutuhan keluarga, jadi saya usahakan untuk selalu jujur agar rezeki saya berkah.”

Hasil wawancara diatas didukung dengan IY yang peneliti wawancarai, dengan jawaban yaitu:

“Yang ibu ketahui dalam berdagang itu harus jujur ketika memberikan informasi kepada pembeli mengenai barang dagangan yang dijual sesuai dengan apa adanya barang dan juga tidak menyembunyikan kekurangan jika ada barang yang di jual cacat dan tidak layak dijual.”

Hal lainnya juga ditambahkan oleh FR yang peneliti wawancarai, dengan jawaban yaitu:

“Dalam berdagang itu kita sebagai pedagang harus jujur tidak boleh menyembunyikan barang yang cacat diantara barang yang bagus agar pembeli tidak tahu. Seperti misalnya bapak sebagai pedagang sepatu, tidak jujur kepada pembeli mengenai salah satu sepatu yang bapak jual ada nodanya, itu tidak boleh. Selain merugikan pembeli, bapak sebagai pedagang merasa itu tidak baik.”

Dari hasil wawancara peneliti kepada informan diatas dapat diketahui bahwa pedagang memahami sikap jujur dapat dikatakan sebagai hal yang paling utama bagi seorang pelaku usaha, karena dapat mendatangkan keberuntungan dan keberkahan sehingga pada akhirnya bisnis yang dijalankannya akan tetap eksis dan berkembang. Sifat jujur merupakan kunci pokok dalam aktivitas perdagangan. Pedagang menjelaskan apa adanya mengenai kondisi barang dagangannya dengan tidak menyembunyikan cacat barang. Mereka beranggapan bahwa apabila ada cacat barang yang ditutupi, maka bukan hanya pembeli yang rugi tetapi juga pedagang itu sendiri karena pembeli tidak akan kembali untuk membeli barang dagangannya.

Selain itu sifat jujur pedagang ditunjukkan dengan mengatakan apa adanya kepada pembeli mengenai kualitas barang dagangannya. Penetapan harga yang dilakukan pedagang sesuai dengan kualitas. Dengan selalu menerapkan sifat jujur, secara tidak langsung menjadikan kesan bagi pembeli untuk menjadi pelanggan tetap karena kejujuran pedagang tersebut. Perilaku jujur dilakukan pedagang untuk mendapatkan keberkahan dan keridhoan Allah SWT atas kegiatan

berdagang yang dijalankannya, selain itu untuk memberikan kepuasan dan menciptakan kepercayaan konsumen kepada pedagang tersebut. Para pedagang beranggapan jika melakukan kecurangan akan mendatangkan kerugian bagi orang lain maupun diri sendiri. Dengan menerapkan sifat jujur tali silaturahmi antara pedagang dan pembeli akan selalu terjalin.

Jujur merupakan sikap yang sangat penting dalam hal bisnis, dan merupakan sikap yang mendasar dan harus ada dalam kegiatan bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiktif dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan.

Maka dari itu sifat jujur merupakan sikap yang muncul dari dalam hati, karena kejujuran merupakan sikap yang baik terutama bagi pelaku bisnis dan pada hakikatnya, semua benci dengan kebohongan dan kepalsuan, hanya akal yang kotor dan logika yang tidak normal yang menyenangi kebohongan dan kepalsuan yang pada umumnya mendatangkan kerugian dalam bisnis, baik kerugian hati nurani maupun kerugian fisik, untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Lawan dari sifat jujur adalah menipu (curang) yaitu menonjolkan barang tetapi menyembunyikan cacatnya, hal semacam ini sering terjadi pada pedagang yang biasa menawarkan barang dagangannya kepada pembeli agar barang dagangannya terkesan bagus padahal terdapat cacat padanya.

Penerapan prinsip Amanah dalam etika bisnis Islam oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung

Amanah artinya dapat dipercaya. Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain. Bersikap dan berperilaku amanah sangat dianjurkan oleh Islam dan orang yang tidak amanah disebut penghianat, termasuk ciri orang munafik.

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah SAW, diutus Allah SWT untuk membangun keadilan. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan.

Kesuksesan dan keberuntungan pedagang itu terletak pada bagaimana dia dalam menerapkan sikap amanah, sehingga pembeli benar-benar mempercayainya. Rasulullah SAW, sangat menjaga kepercayaan dalam berdagang. Tidak hanya kepercayaan dalam dari pemilik barang, namun juga pembeli dan orang-orang yang terkait dengan bisnis tersebut.

Sesuai dengan pengertian di atas peneliti menanyakan kepada informan terkait penerapan prinsip amanah dalam berdagang itu seperti apa. Kemudian KK memberikan jawaban mengenai penerapan prinsip amanah dalam berdagang, yaitu:

“Prinsip amanah dalam berdagang itu seperti misal ketika ada barang yang memiliki cacat, kita harus jelaskan dimana letak cacatnya, kalau saya pribadi biasanya kalau ada barang yang cacat saya meletakkannya terpisah dari yang bagus. Kemudian biasa kalau ada pembeli bertanya kenapa barang tersebut dipisah, saya katakan bahwa itu ada cacatnya. Barang yang seperti ini, biasa kalau ada memang pembeli yang menginginkan. Otomatis harganya berbeda dengan yang bagus. Hal ini saya lakukan agar pembeli merasa nyaman dan percaya pada saya, dan juga saya merasa ketika melakukan itu dagangan saya menjadi lebih berkah.”

Lebih jauh disampaikan oleh AH salah satu informan yang diwawancarai bahwa:

“prinsip amanah dalam berdagang itu seperti kita harus memupuk rasa kepercayaan kepada pelanggan. Misalnya saja jika ada pembeli yang telah berbelanja kemudian lupa barangnya diambil atau ada barangnya ketinggalan. Harus disimpan, agar pembeli merasa aman dan yakin mau membeli barang lagi di kita.”

Dari hasil wawancara peneliti kepada informan di atas dapat diketahui bahwa pedagang memahami kunci dalam sikap amanah itu adalah kepercayaan. Pedagang dalam melakukan usahanya tidak mengurangi apa-apa yang tidak boleh dikurangi dan sebaliknya tidak boleh ditambah, dalam hal ini termaksud juga tidak menabuh harga jual yang telah di tentukan, kecuali atas pengetahuan pemilik barang.

Pedagang juga memahami bahwa, amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain. Allah

memerintahkan agar umat Islam menunaikan amanah kepada orang yang berhak menerimanya dan jika memutuskan sesuatu perkara hendaknya dengan adil. Terkait dengan hal tersebut, dalam dunia perdagangan sangatlah penting dan dibutuhkan baik pedagang maupun pembeli.

Maksud amanah dalam berjual-beli yaitu memberikan keterangan dan penjelasan tentang cacat atau kekurangan pada barang dagangan yang dijual jika memang ada cacat padanya. Pedagang beranggapan bahwa dengan menerapkan prinsip amanah dapat menjadikan bisnis yang dilakukannya berkah.

Penerapan prinsip Fathanah dalam etika bisnis Islam oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung

Fathanah berarti mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, fathanah dapat juga diartikan dengan kecerdikan. Dalam bisnis, sifat fathanah adalah segala aktivitas dalam manajemen harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Pelaku usaha harus memiliki sifat fathanah yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana, agar usahanya bisa lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisis situasi persaingan dan perubahan-perubahan dimasa yang akan datang.

Sifat fathanah yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW, (sebelum menjadi nabi) mengantarkannya menjadi seorang pedagang yang berhasil, oleh karenanya kita harus mencontoh sifat-sifat Rasulullah termasuk sifat fathanah dalam berdagang agar menjadi pelaku bisnis yang sukses dimasa depan dengan memanfaatkan kemajuan ilmu dibidang teknologi.

Sesuai dengan pengertian di atas peneliti menanyakan kepada informan terkait penerapan prinsip fathanah dalam berdagang itu seperti apa. Kemudian ET memberikan jawaban mengenai penerapan prinsip fathanah dalam berdagang, yaitu:

“Prinsip fathanah dalam berdagang itu kita harus cerdas. Dengan melakukan pencatatan-pencatatan manual pada dagangan kita, ini menunjukkan bahwa kita sebagai pedagang itu bisa cerdas dalam mengatur pemasukan dan pengeluaran barang yang kita jual. Melakukan pencatatan-pencatatan itu sangat membantu memberikan informasi seberapa banyak keuntungan pada setiap harinya. Terlebih lagi ini akan menjadikan lebih mudah tahu barang apa yang kurang dan barang mana yang cepat laku.”

Hal lainnya juga dikemukakan oleh salah informan HS, yang peneliti wawancarai, dan memberikan jawaban yaitu:

“Prinsip fathanah dalam berdagang menurut ibu itu seorang pedagang dalam melakukan usahanya itu harus bisa memberikan informasi barang yang memadai, dan dalam melakukan usahanya mengutamakan kepuasan pembeli. Misalnya, ibu ini kan pedagang pakaian wanita, ketika ada pembeli membeli barang di ibu, pasti ibu memberikan informasi kualitas barang ibu dengan baik dan sesuai dengan kondisi barang, ketika pembeli merasa senang dan suka terhadap barang yang ibu jual berarti mereka akan puas sebaliknya ketika pembeli merasa barang tidak sesuai dengan kondisi barang pembeli tidak akan merasa puas.”

Kemudian lebih jauh salah satu informan BW menambahkan dalam keterangan hasil wawancaranya, memberikan jawaban yaitu:

“Prinsip Fathanah dalam berdagang itu, misalnya kami sebagai pedagang itu harus bisa mengelola keuntungan yang didapatkan. Maka dari itu kami membeli barang kepada distributor yang notabene mereka tidak ingin mengambil resiko dengan berlama-lama dalam menyimpan barang karena khawatir barang akan rusak. Sehingga mereka menjual barang kepada kami dengan harga yang kami tawarkan yang lebih murah dan sebenarnya disitulah kami mendapatkan hasil keuntungan yang besar dari hasil penjualan selanjutnya kepada pembeli.”

Dari hasil wawancara peneliti kepada informan diatas dapat diketahui bahwa pedagang memahi bahwa kunci sikap fathanah dalam suatu usaha itu adalah kecerdasan. Sikap fathanah sangat penting bagi pedagang, karena sikap fathanah ini berkaitan dengan marketing, bagaimana agar barang yang dijual cepat laku dan mendatangkan keuntungan, bagaimana agar pembeli tertarik dan membeli barang tersebut.

Dengan demikian apapun yang dilakukannya di dunia ini adalah untuk mencapai ridha Allah SWT, sang maha pencipta, dan sebagai seorang muslim harus mampu mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh Allah SWT, potensi paling berharga dan termahal yang

hanya diberikan pada manusia adalah akal karena salah satu ciri orang yang bertakwa adalah orang yang mampu mengoptimalkan pikirannya.

Pedagang memahami bahwa untuk mendapatkan keuntungan mereka harus cerdas dalam mengelola usahanya. Salah satunya dengan melakukan pencatatan terhadap barang dan hasil penjualan, kemudian pedagang harus memberikan informasi barang yang memadai, dan dalam melakukan usahanya mengutamakan kepuasan pembeli, pedagang harus bisa mengelola keuntungan yang didapatkan. Kemampuan kecerdasan ini berkembang menjadi sistem dalam usaha. Hal ini menghantarkan usaha berkembang dan bertahan dari generasi ke generasi.

Penerapan prinsip Tabligh dalam etika bisnis Islam oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung

Sifat tabligh artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat tabligh harus ramah dan komunikatif. Orang yang memiliki sifat tabligh, akan menyampaikan pesan dengan benar melalui tutur kata yang menyenangkan dan lemah lembut. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah tamah dalam melakukan bisnis. Di samping itu, seorang pebisnis sangat dianjurkan untuk mempunyai jiwa dan kepribadian yang baik.

Prinsip tabligh juga mengindikasikan bagaimana orang lain yang diajak bicara bisa terpengaruh, terbuai, atau terbius, serta yakin dengan untaian kata-kata atau pesan yang disampaikan. Tentu dalam hal ini begitu pentingnya prinsip tabligh dalam rangka menarik konsumen.

Sesuai dengan pengertian di atas peneliti menanyakan kepada informan terkait penerapan prinsip tabligh dalam berdagang itu seperti apa. Kemudian informan NS memberikan jawaban mengenai penerapan prinsip tabligh dalam berdagang, yaitu:

“Menurut ibu prinsip tabligh dalam berdagang itu sebagai sesama pedagang dan pembeli harus saling menghormati satu sama lain. Sopan dan senyum ketika melayani pembeli. Tidak ada satu pihak pun yang boleh melanggar hak-hak pihak lain. Dan harus sadar akan kewajibannya masing-masing.”

NS menambahkan saat diwawancarai oleh peneliti mengatakan bahwa:

“Agar suasana yang kondusif dapat tercipta dalam dunia bisnis, yang tentu akan memberi kemaslahatan kepada semua pihak. Saya tidak mau memaksa pelanggan untuk membeli barang yang saya jual, karena saya sudah mempromosikan, tentunya mereka (konsumen) sudah paham dengan kualitas barang. Dan ketika mereka tidak jadi membeli, ya tidak apa-apa.”

Dari hasil wawancara peneliti kepada informan di atas dapat diketahui bahwa pedagang memahami kunci dari sikap tabligh dalam berdagang adalah harus ramah dan komunikatif. Sifat tabligh merupakan kemampuan dalam mengkomunikasikan barang dan membangun relasi bisnis. Tanpa kemampuan komunikasi sebuah produk, maka pedagang tidak mampu meyakinkan pembeli untuk membeli dan memanfaatkan barang dagangan.

Pedagang memahami bahwa dalam melakukan usaha pedagang dan pembeli harus saling menghormati satu sama lain. Sopan dan senyum ketika melayani pembeli. Pedagang tidak mau memaksa pembeli untuk membeli barang yang dijual, karena itu melanggar hak seseorang.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Penerapan etika bisnis Islam pada pedagang kaki lima di Kecamatan Regol Kota Bandung sudah diterapkan. Mayoritas pedagang telah memahami etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah dalam berdagang.
2. Pemahaman etika bisnis Islam berkaitan prinsip shiddiq, para pedagang kaki lima di Kecamatan Regol memahami bahwa kejujuran merupakan modal utama untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan mencapai kesuksesan dalam bisnis.
3. Pemahaman etika bisnis Islam berkaitan prinsip amanah, para pedagang kaki lima di Kecamatan Regol memahami bahwa sifat amanah dalam etika bisnis Islam itu dapat dipercaya. Tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain.

4. Pemahaman etika bisnis Islam berkaitan prinsip Fathanah, para pedagang kaki lima di Kecamatan Regol memahami bahwa sifat Fathanah berarti mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, fathanah dapat juga diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan. Para pedagang sangat memprioritaskan untuk selalu memberikan yang terbaik kepada pembeli. Para pedagang kaki lima juga tidak mengambil untung yang terlalu tinggi agar barang yang dijual cepat laku.
5. Pemahaman etika bisnis Islam berkaitan prinsip Tabligh, para pedagang kaki lima di Kecamatan Regol memahami bahwa sifat tabligh artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat tabligh harus komunikatif dan argumentatif. Salah satu bentuk komunikasi dalam bisnis yakni dengan melakukan pemasaran agar produk dagangan dapat dikenal secara luas. Selain hal tersebut dapat mendatangkan keuntungan dalam bisnis, komunikasi juga sebagai langkah mempererat tali silaturahmi antara pedagang dengan konsumen, maupun pedagang dengan pedagang lainnya.

Acknowledge

1. Allah SWT yang dimana dengan segala kuasa-Nya dan karunia-Nya telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini dengan semangat, kekuatan dan juga penuh rasa syukur.
2. Orang tua saya, Ibu Sapta Mulyati dan Ayah Bental Sidik, dengan kasih sayang, do'a, pengorbanan materil, dan selalu memberikan semangat kepada penulis agar tak mudah lelah, menyerah serta berputus asa dalam menghadapi tantangan. Sodara saya Ayu Restiani, dan juga Tante-tante saya Nurlina dan Septriyati yang selalu mengingatkan akan pentingnya kerja keras dan usaha
3. Prof. Dr. H. Edi Setiadi, S.H., M.H selaku Rektor Universitas Islam Bandung.
4. Dr. Hj. Nunung Nurhayati, SE., M.Si., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.
5. Ibu Dr. Ima Amaliah SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.
6. Ibu Nurfahmiyati, SE.,M.Si selaku pembimbing I yang senantiasa bersabar untuk membimbing dan memberikan arahan selama pengerjaan skripsi ini.
7. Ibu Westi Riani SE.,M.E.Sy sebagai dosen wali sekaligus pembimbing II yang telah membimbing dan memberi arahan selama pengerjaan skripsi dan menjalankan perkuliahan di Universitas Islam Bandung.
8. Seluruh dosen-dosen Program Studi Ilmu Ekonomi yang telah penulis anggap sebagai orang tua penulis yakni Ibu Dr. Atih Rohaeti, SE., M.Si, Ibu Dr. Asnita Frida Sebayang, S.E., M.Si., Pak Meidy Haviz SE., M.Si, Ibu Noviani SE.,M.Si, Ibu Dewi Rahmi, SE., M.Si, Ibu Aan Julia SE., M.Si, Ibu Ria Haryatiningsi SE.,MT, Ibu Noviani, SE., M.Si, Pak Yuhka Sundaya, SE., M.Si, Ibu Ade Yunita Mafruhah, SE., M.Soc.Sc yang sudah mengajar penulis dengan penuh kesabaran, dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
9. Teman dan sahabat kuliah, Dinda Rizka Aulia, Rahdya Iasyah Nindeatami, Wizka Aryani, Ersalina, Nuraeni dan teman-teman lainnya yang telah banyak membantu penulis, mendengarkan keluh kesah dan selalu menyemangati penulis dan sekaligus menjadi sahabat terbaik penulis.
10. Untuk idola saya lalisa yang memberikan inspirasi untuk semangat menulis skripsi, untuk lagu-lagu blackpink yang selalu menemani penulis begadang mengerjakan skripsi.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan Ilmu Ekonomi, terima kasih kalian telah menjadi keluarga yang baik bagi penulis. Serta berbagai pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuannya.

Daftar Pustaka

- [1] Antonio, Syafi'i. 2011. *Ensiklopedia Leadership & Manajemen Muhammad SAW*. Jakarta: Tazkia
- [2] Badan Pusat Statistika Kota Bandung, Tahun 2017.

- [3] Meleong, Lexy J. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja ROsda Karya.
- [4] Muhammad & Lukman fauroni. 2002. Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis. Jakarta: Salemba Diniyah.
- [5] Sattar. 2017. Buku Ajar Pengantar Bisnis. Edisi kesatu. Jilid kesatu. Yogyakarta: Deepublish.
- [6] Sisfo Pedagang Kaki Lima (SIPKL), Tahun 2021.
- [7] Sudjana, Nana. 2013. Dasar-Dasar Proses Belajar Mengajar. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- [8] Sugiono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- [9] Wizka Aryani, 2019. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pengelolaan Hotel Syariah di Kota Bandung, Skripsi. Bandung: Program Studi Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Bandung.
- [10] Yusanto, M. Ismail dan Wijayakusuma, M. 2002. Menggagas Bisnis Islam. Jakarta: Gema Insani Press.