BAB IV
PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

Penyajian data adalah merupakan hasil dari penelitian lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumenter. Pengumpulan data ini dilangsungkan secara bersama dan telah dilaksanakan dengan baik. Maka diperoleh data yang diuraikan sebagai berikut:

1. Bentuk Kerjasama antara Pemerintah Kota dengan BCSR Kota Banjarmasin dalam pengadaan pasar murah

Identitas Informan

Nama	:	Gatot Harianto, SE.
Jabatan	:	Kepala Bidang Penguatan dan Pengembangan Perdagangan
Alamat	:	Handil Bakti

Menurut beliau bentuk kerjasama yang dilakukan Pemerintah Kota Banjarmasin dengan BCSR Kota Banjarmasin dalam pengadaan pasar murah ini ialah tertuang dalam bentuk perjanjian kerjasama atau *Memory of Understanding* (MoU), perusahaan menyiapkan sebagian (persentase) dari dana CSR dalam bentuk subsidi yang akan masuk ke penerimaan bantuan pihak ketiga. Untuk mengetahui, perusahaan mana saja yang menyalurkan dana CSR di Kota Banjarmasin untuk pengadaan pasar murah.

Sesuai dengan yang tertulis dalam perjanjian kerjasama MoU pengadaan pasar murah serta menjalankan kegiatan pasar murah tersebut. Kegiatan pasar murah ini bertujuan untuk meringankan beban masyarakat yang kurang mampu dalam pembelian sembako khususnya pada bulan ramadhan. Lama waktu perjanjian yaitu selama bulan suci ramadhan.

Pihak-pihak yang terlibat dalam kerjasama ini ialah. Pemerintah Kota Banjarmasin dengan BCSR Kota Banjarmasin dengan menggandeng Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Banjarmasin sebagai fasilitator dalam pelaksanaan pasar murah yang terletak di kelurahan-kelurahan, yaitu sebanyak 19 kelurahan di Kota Banjarmasin. Pada kegiatan pasar murah ini diikuti oleh 26 perusahaan dengan total 20.131 paket sembako di 32 lokasi, setiap lokasi sebanyak 500 paket sembako.

Sesuai dengan yang tertulis dalam perjanjian kerjasama, bahwa pihak pertama adalah Institusi pemerintah yang mempunyai hak dan wewenang penuh dalam mengatur perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan pasar murah di Kota Banjarmasin.

Pihak kedua yaitu BCSR Kota Banjarmasin sebagai donator yang menyalurkan dana atau pihak yang memberikan dana CSR untuk pasar murah.

Pihak ketiga adalah Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Banjarmasin yang dalam hal ini bertindak untuk membantu Pemerintah Kota Banjarmasin dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat khususnya dalam

pelaksanaan pasar murah sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat dalam melakukan kegiatan pasar murah.[1]

2. Pelaksanaan Kerjasama antara Pemerintah Kota dengan BCSR Kota Banjarmasin dalam pengadaan pasar murah

Identitas Informan

Nama : Iberahim Bilfagih, SE. MH

Jabatan : Kepala seksi monitoring dan pengendalian pendaftaran perusahaan, barang beredar dan hanpokting

Alamat : Jl. Pramuka

Menurut beliau pelaksanaan kerjasama Pemerintah Kota Banjarmasin dengan BCSR Kota Banjarmasin dalam pengadaan pasar murah ini diatur secara detail dan diatur lebih lanjut secara bersama-sama, dari proposal yang diajukan Dinas perdagangan dan perindustrian Kota Banjarmasin disetujui oleh 26 perusahaan dengan total 20.131 paket sembako, maka dengan demikian Dinas perdagangan dan perindustrian Kota Banjarmasin hanya bisa melaksanakan pasar murah ini di 19 kelurahan dan 32 lokasi, yang setiap lokasi sebanyak 500 paket sembako. Dinas perdagangan dan perindustrian Kota Banjarmasin akan menugaskan 8 orang setiap lokasi/kelurahan untuk membukus, menjual, melayani masyarakat dalam kegiatan tersebut. Pasar murah di mulai pada tahun 2003 sampai sekarang, setiap tahun diadakan disetiap kelurahan yang berbeda. Kerjasama ini diadakan rapat beberapa kali dan perlu pembinaan, untuk menghindari KKN di program ini. Pasar murah dilaksanakan Pemerintah Kota

[1] Gatot Harianto, Kepala Bidang Penguatan dan Pengembangan Perdagangan, *Wawancara Pribadi* (29 Oktober 2018)

Banjarmasin dan BCSR itu merupakan wujud kepedulian Pemerintah Kota Banjarmasin dan *Corporate Sosial Responsibiliti* dengan tujuan untuk berbagi kebahagiaan dengan menyisihkan sebagian keuntungan usaha mereka melalui kegiatan pasar murah. Dalam pelaksanaan kerjasama Pemerintah Kota dengan BCSR Kota Banjarmasin menggunakan prinsip-prinsip kemitraan. Pemerintah Kota Banjarmasin dengan BCSR Kota Banjarmasin dalam kerjasama ini sama-sama bertujuan untuk meringankan beban masyarakat dalam membeli sembako, khususnya pada bulan suci ramadhan di mana harga sembako naik. Dalam menjalankan kerjasama pengadaan pasar murah perusahaan yang tergabung dalam BCSR Kota Banjarmasin yang ikut menyalurkan dananya mendapat keuntungan dengan ikut dalam pelaksanaan pasar murah perusahaan dapat mempromosikan perusahaannya. Bagi pihak Pemerintah Kota Banjarmasin sendiri kerjasama ini juga menguntungkan karena dalam pengadaan pasar murah ini Pemerintah Kota Banjarmasin dapat memberi piagam penghargaan kepada perusahaan yang termasuk anggota BCSR Kota Banjarmasin yang turut melaksanakan kegiatan pasar murah sebagai simbol bahwa pengadaan pasar murah ini dilakukan oleh Pemerintah Kota Banjarmasin dengan BCSR Kota Banjarmasin dan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Banjarmasin selaku fasilitator.[2]

B. Analisis Data

Setelah penulis menyajikan hasil penelitian diatas, maka analisis data dilakukan sesuai rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

[2] Iberahim Bilfagih, Kepala Seksi Monitoring dan Pengendalian Pendaftaran Perusahaan, Barang beredar dan Hanpokting, *Wawancara Pribadi* (05 Nopember 2018)

Untuk lebih sistematisnya proses penganalisaan data ini penulis memaparkan berdasarkan rumusan masalah yang dibuat.

1. **Bentuk kerjasama antara Pemerintah Kota dengan BCSR Kota Banjarmasin dalam pengadaan pasar murah (Perspektif Etika Bisnis Islam)**

Berdasarkan penyajian data yang diperoleh dari hasil wawancara bahwa kerjasama antara Pemerintah Kota dengan BCSR Kota Banjarmasin sudah sesuai dengan perspektif etika bisnis Islam karena dalam pengadaan pasar murah bertujuan untuk meringankan beban masyarakat yang kurang mampu yang tertuang dalam bentuk perjanjian kerjasama *Memory of Understanding* (MoU). Dilihat dari landasan teori pada bab dua, kerjasama dalam Islam merupakan sesuatu bentuk sikap saling tolong menolong terhadap sesama yang disuruh dalam agama Islam selama kerjasama itu tidak dalam bentuk dosa dan permusuhan.[3] Untuk sahnya kerjasama, kedua belah pihak harus memenuhi syarat untuk melakukan akad atau perjanjian kerjasama yaitu dewasa dalam arti mempunyai kemampuan untuk bertindak dan sehat akalnya, serta atas dasar kehendak sendiri tanpa paksaan dari pihak manapun.[4]

Islam tidak hanya membenarkan dan memotivasi terwujudnya kerjasama melalui berbagai bentuknya yang dinamis dan halal, melainkan juga membekali etos kerjasama atas dasar iman dan takwa yang melahirkan kerjasama yang jujur,

---

[3] Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, cet. 3, 2010), h. 239.

[4] *Ibid*, h. 242.

adil dan bertanggung jawab. Adapun kerjasama yang berlandaskan moral iman dan takwa akan melahirkan kejujuran (amanah) dan tanggung jawab. Demikianlah difirmankan dalam Alquran Q.S. Shad/34:24.

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ ٱلْخُلَطَآءِ لَيَبْغِى بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَعَمِلُوا۟ ٱلصَّٰلِحَٰتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ ﴿٢٤﴾

> "Dan sesungguhnya kebanyakan orang-orang yang bersekutu itu berlaku curang antara satu pihak dengan pihak yang lainnya, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal shaleh. Tetapi amat sedikit mereka itu."

Untuk itu prinsip-prinsip etika Islam hendaknya menjiwai kedua belah pihak. Salah satu dari padanya ialah sikap *al-amanah*, kesetiaan dan kejujuran terhadap rekan usaha.

Etika memiliki dua pengertian: Pertama, etika sebagaimana moralitas, berisikan nilai dan norma-norma konkrit yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. Kedua, etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Etika membantu manusia bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggung jawabkan.[5] Sedangkan bisnis mengutip Muhammad dan Alimin (2004:56), sebagai suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang di inginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.

Penggabungan etika dan bisnis dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan

---

[5] Faisal Badroen, *et al. Eds. Etika Bisnis dalam Islam,* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2006), h. 15.

hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan memenuhi tuntutan-tuntutan etika pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dalam kontrak sosial yang sudah berjalan. Kontrak sosial merupakan janji yang harus ditepati.

Firman Allah Swt Q.S. Al-Ma'idah/5:1.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ أُحِلَّتۡ لَكُم بَهِيمَةُ ٱلۡأَنۡعَٰمِ إِلَّا مَا يُتۡلَىٰ عَلَيۡكُمۡ غَيۡرَ مُحِلِّي ٱلصَّيۡدِ وَأَنتُمۡ حُرُمٌۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحۡكُمُ مَا يُرِيدُ ١

"Hai orang-orang yang beriman, penuhi serta sempurnakanlah perjanjian-perjanjian. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya".[6]

Tafsir dari ayat di atas menjelaskan, perintah menepati janji dan nazar, baik dengan sumpah atau tidak, termaktub dalam ayat 'Hai orang-orang yang beriman, penuhilah perjanjian-perjanjian itu'. Ayat ini berlaku umum pada setiap perjanjian. Allah menghendaki kita agar melaksanakan seluruh perjanjian, baik dengan sumpah atau tidak. Setiap perjanjian itu nazar, jika perjanjian tersebut mengandung perbuatan taat kepada Allah.[7]

Kata '*uqud* merupakan konsep beraneka dimensi yang meliputi, kewajiban Ilahi, yang mengarah dari spiritual dan hubungan sesama kepada Allah, kewajiban sosial, kewajiban politik, dan kewajiban bisnis kita seperti, kontrak formal

---

[6] Syaikh Ahmad Bin Musthafa Al-Farran, *Tafsir Imam Syafi'i,* terj. Fedrian Hasmand (Jakarta Timur: Almahira, 2007), h. 275.

[7] *Ibid*., h. 276.

mengenai tugas-tugas tertentu yang harus dilakukan ataupun kontrak-kontrak kerjasama atau kepegawaian.[8]

Bisnis Islam ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.[9]

2. Pelaksanaan kerjasama antara Pemerintah Kota dengan BCSR Kota Banjarmasin dalam pengadaan pasar murah (Perspektif Etika Bisnis Islam)

Berdasarkan penyajian data yang diperoleh dari hasil wawancara bahwa pelaksanaan kerjasama antara Pemerintah Kota dengan BCSR Kota Banjarmasin dalam pengadaan pasar murah menggunakan prinsip-prinsip kemitraan. Yaitu:

a. Prinsip Kesetaraan

   Kedua aktor dalam kerjasama tersebut sama-sama bertujuan untuk meringankan beban masyarakat.

b. Prinsip Keterbukaan

   Pemerintah Kota dalam menjalankan kerjasama dengan BCSR Kota Banjarmasin menekankan pada prinsip keterbukaan informasi dan tranparansi.

---

[8] Muhammad Dzakfar, *op. cit.*, h. 49.

[9] Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004), h. 57.

c. Prinsip Asas Manfaat Bersama

Perusahaan yang tergabung dalam BCSR Kota Banjarmasin yang ikut menyalurkan dananya mendapat keuntungan dengan ikut dalam pelaksaan pasar murah, perusahaan dapat mempromosikan perusahaannya. Bagi pihak Pemerintah Kota sendiri kerjasama ini juga menguntungkan karena dalam pengadaan pasar murah ini Pemerintah Kota Banjarmasin dapat memberikan piagam penghargaan kepada perusahaan yang termasuk anggota BCSR Kota Banjarmasin yang turut melaksanakan kegiatan pasar murah sebagai simbol bahwa pengadaan pasar murah ini dilakukan oleh Pemerintah Kota dengan BCSR Kota Banjarmasin dan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Banjarmasin selaku fasilitator.

Dilihat dari landasan teori pada bab dua, etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu juga masyarakat. Etika bisnis dapat membentuk nilai, norma dan perilaku yang baik. Prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

Pembisnis muslim harus berpegang teguh pada etika Islam karena mampu membuat pebisnis sukses dan maju agar selalu melakukan perbuatan sesuai dengan kapasitasnya. Dalam melaksanakan segala hal manusia tentunya memiliki tujuan hidup, dalam konsep dasar ekonomi Islam tujuan hidup adalah falah cara manusia mencapai falah sangat tergantung pada perilaku dan keadaan manusia di dunia.

Etika sebagai suatu set prinsip-prinsip yang membedakan apa yang betul dan apa yang salah. Ia merupakan suatu hal normatif, karena ia menjelaskan apa yang perlu dilakukan atau menahan diri dari pada melakukannya. Etika bisnis kadang-kadang dirujuk sebagai etika organisasi.

Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi Saw saat menjalankan perdagangan.

Firman Allah Swt Q.S. Al-Ahzab/33:21.

لَّقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ ٱللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُواْ ٱللَّهَ وَٱلْيَوْمَ ٱلْأٓخِرَ وَذَكَرَ ٱللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

> "Dan sungguh pada diri Rasulullah terdapat contoh tauladan yang baik bagi orang-orang yang mengharapkan (keridhoan) Allah dan hari akhir serta berbanyak-banyak mengingat Allah."[10]

Karakteristik Nabi Saw sebagai pedagang adalah, selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *shidiq, fathanah, amanah* dan *tabligh,* ciri-ciri itu masih ditambah dengan sifat *istiqamah*. *Shidiq* berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam. *Istiqamah* atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dalam ketaguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. *Fathanah* berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreativitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.

---

[10] Nandang Burhanudin, *Mushaf Al-Burhan,* (Bandung: Media Fitrah Rabbani, 2010), h. 420.

Amanah, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (kebajikan) dalam segala hal. *Tablig*, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan- ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan sifat-sifat tersebut dalam konteks kerjasama Pemerintah Kota Banjarmasin dengan BCSR Kota Banjarmasin dalam pengadaan pasar murah, para pelaku usaha atau pihak-pihak yang terkait dalam kerjasama tersebut dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatannya dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Pelaku kerjasama atau pihak-pihak yang terkait dalam kerjasama harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (berbuat baik) dalam segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat *amanah*, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya. Sifat *tabligh* dapat disampaikan pelaku usaha dengan bijak (*hikmah*), sabar, argumentatif dan persuasif akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang solid dan kuat.

Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara hak

sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen bahkan diri sendiri.

Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan kelurga, antara individu dan sosial dan, antara suatu dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberikan kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. [11]

[11] Laura P. Hartman dan Joe Desjardins, *Etika Bisnis Pengambilan Keputusan untuk Integritas Pribadi dan Tanggung Jawab Sosial*, (Ciracas, Jakarta: Erlangga, 2008), h. 155.