

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perdagangan memegang peran sentral dalam dinamika perekonomian, dan salah satu alasan utamanya adalah bahwa tak seorang pun bisa memenuhi kebutuhannya tanpa bergantung pada bantuan orang lain. Dalam konteks ini, peran perdagangan menjadi fondasi kerjasama ekonomi yang mendasar, memfasilitasi pertukaran barang dan jasa antar individu dan komunitas.

Dalam ajaran Islam, profesi sebagai pedagang sangat dianjurkan. Berdagang dianggap sebagai suatu bentuk profesi yang mulia, karena mencakup dimensi ibadah. Dalam pandangan ini, aktivitas perdagangan tidak sekadar tentang memenuhi kebutuhan pribadi, melainkan juga tentang memberikan manfaat bagi banyak orang. Sebagai bentuk ibadah, berdagang dijalankan dengan penuh integritas dan kepedulian terhadap kepentingan bersama.

Dengan demikian, pandangan Islam terhadap perdagangan mengangkatnya sebagai suatu profesi yang tidak hanya memberikan keberkahan individu tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Sikap yang ditunjukkan dalam menjalankan perdagangan mencerminkan nilai-nilai moral dan tanggung jawab sosial, memperkuat hubungan antar anggota masyarakat dalam dinamika perekonomian yang saling mendukung.

Dalam kegiatan perekonomian setiap muslim tidak boleh semata-mata berorientasi pada jumlah keuntungan materil yang diperoleh, melainkan juga harus

memperhatikan aturan-aturan nilai yang diajarkan oleh syariat Islam. Baik yang berkaitan dengan tujuan, motivasi kerja, dan cara menjalankannya maupun dalam hal penggunaan hasil kerja yang diperoleh dari setiap pekerjaannya. Agar dapat melaksanakan kegiatan ekonomi dengan sukses dan sejalan dengan tuntutan syariat, maka seorang muslim harus memiliki pengetahuan dan keterampilan di dunia usaha, memahami berbagai aturan, prinsip-prinsip dan pesan-pesan moral syariat yang terkait dengan perekonomian (Huda, 2007).

Seperti perintah Khalifah Umar bin Khattab ra. yang dikutip dari buku Harta Haram Muamalat Kontemporer (Tarmizi, 2012) yang diriwayatkan oleh At Tirmidzi yang berbunyi

لَا يَبِيعُ فِي سُوقِنَا إِلَّا مَنْ قَدْ تَفَقَّهَ فِي الدِّينِ

Artinya: “*Jangan berjualan di pasar ini para pedagang yang tidak mengerti dien (muamalat)*”

Tujuan dilarangnya para pedagang yang tidak mengerti tentang hukum jual beli berjualan di pasar oleh Khalifah Umar bin Khattab ra. adalah agar orang-orang yang tidak mengerti tentang fikih muamalat itu dapat mempelajarinya terlebih dahulu. Sehingga nanti ketika para pedagang itu sudah memahaminya maka diperbolehkanlah baginya untuk masuk ke pasar agar dapat terciptanya perdagangan yang adil dan sesuai dengan prinsip Islam.

Syariat Islam telah menentukan aturan main yang baku untuk umat Islam dalam melakukan suatu bisnis, yaitu bisnis dan jual beli harus dilakukan atas dasar suka sama suka, rela sama rela tanpa adanya unsur keterpaksaan (Muhaimin, 2011, p. 31). Islam menghendaki aktivitas dagang yang dilakukan bebas dari hal-hal yang

terlarang karena bertujuan untuk memelihara unsur keadilan bagi seluruh manusia agar terciptanya kegiatan perdagangan yang adil.

Islam telah mengatur beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam berdagang salah satunya etika bisnis Islam. Etika berhubungan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau sekumpulan masyarakat (Muhaimin, 2011, p. 6). Secara bahasa, kata yang mewakili istilah “etika” dalam al-Qur’an disebut dengan *al-khuluq* berasal dari kata dasar *khaluqa-khuluqān* yang berarti tabiat, budi pekerti, kebiasaan (Muhaimin, 2011, p. 28). Sedangkan etika bisnis Islam adalah pilar akhlak yang menjadi dasar dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam. Prinsip ini bukan hanya menjadi panduan untuk mencapai keuntungan materi di dunia, tetapi juga diarahkan untuk memperoleh keuntungan spiritual dalam akhirat. Pada intinya, etika bisnis Islam bertujuan untuk membimbing pedagang agar berperilaku sesuai dengan ajaran agama dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Keberlakuan etika bisnis Islam menjamin bahwa baik penjual maupun pembeli akan saling diuntungkan. Kesepakatan bisnis yang dilandasi oleh keadilan, kejujuran, dan keseimbangan antara hak dan kewajiban diharapkan dapat menciptakan situasi di mana kedua belah pihak merasakan manfaat yang adil. Dengan implementasi nilai-nilai etik ini, hakikat perilaku pedagang menjadi lengkap dan bermartabat.

Ketika etika bisnis Islam dijalankan dengan baik, kekhawatiran dalam menjalankan bisnis dapat dikurangi. Tindakan-tindakan pedagang tidak hanya dianggap sebagai praktik bisnis yang baik dan benar di dunia, tetapi juga diakui

sebagai amal perbuatan yang membawa keberkahan di mata Allah. Dengan demikian, etika bisnis Islam tidak hanya menjadi panduan praktis tetapi juga menegaskan bahwa menjalankan bisnis dengan nilai-nilai keislaman adalah jalan yang penuh berkah dan keberkahan. (Juliyani, 2016).

Dalam dunia bisnis, kajian mengenai apa yang dianggap baik atau buruk, benar atau salah, didasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Secara sederhana, moralitas dalam konteks bisnis merujuk pada penilaian terhadap aspek-aspek perilaku yang dapat dilihat sebagai terpuji atau tercela, benar atau salah, wajar atau tidak wajar, pantas atau tidak pantas dalam interaksi manusia.

Prinsip moralitas ini menjadi panduan dalam menilai tindakan bisnis dan keputusan yang diambil oleh individu atau perusahaan. Mempertimbangkan apakah suatu perilaku mencerminkan nilai-nilai yang baik atau sejalan dengan norma-norma etika merupakan langkah penting untuk menjaga integritas dalam lingkungan bisnis.

Dengan menekankan evaluasi moral, bisnis dapat menciptakan lingkungan yang lebih etis. Keputusan bisnis yang didasarkan pada prinsip moralitas mendorong terwujudnya tindakan yang bertanggung jawab dan adil. Oleh karena itu, pemahaman terhadap moralitas dalam bisnis bukan hanya tentang keuntungan materi, tetapi juga tentang membangun kepercayaan dan menjaga reputasi yang positif. Dengan demikian, moralitas bukan hanya menjadi pertimbangan tambahan, melainkan fondasi utama dalam mengembangkan perilaku yang bertanggung jawab dan beretika di dunia bisnis. (Badroen et. al., 2006, hlm. 70).

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengelolaan barang. Sedangkan bisnis Islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperoleh dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

Etika bisnis Islam memiliki tujuan utama untuk mendidik manusia dalam membina kerjasama, saling tolong-menolong, dan menjauhi sikap tercela serta segala hal yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah. Pada intinya, etika bisnis Islam mengajarkan bahwa bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan pribadi, melainkan juga tentang membangun hubungan yang harmonis dan berdasarkan nilai-nilai moral.

Konsep kerjasama dalam etika bisnis Islam menggarisbawahi pentingnya kolaborasi dan keterlibatan bersama dalam kegiatan bisnis. Ini menciptakan lingkungan yang saling mendukung dan mempromosikan kesejahteraan bersama. Selain itu, nilai tolong-menolong memperkuat konsep gotong royong dalam dunia bisnis Islam, di mana pihak-pihak yang terlibat diharapkan saling membantu demi keberhasilan bersama.

Sikap tercela dan larangan terhadap hal-hal yang tidak sesuai dengan syari'ah menjadi landasan yang memandu perilaku bisnis. Etika bisnis Islam menekankan perlunya menjauhi segala bentuk tindakan yang dapat merugikan orang lain atau bertentangan dengan nilai-nilai agama. Dengan menjadikan syari'ah

sebagai pedoman, etika bisnis Islam membantu membentuk perilaku bisnis yang adil, transparan, dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, etika bisnis Islam bukan hanya tentang mencapai sukses materi, melainkan juga menciptakan lingkungan bisnis yang sejalan dengan prinsip moral dan agama, mencerminkan semangat keadilan, kerjasama, dan ketidakberpihakan. (Qardhawi, 1997). Sebagaimana firman Allah dalam surah al-Baqarah/2:188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ
بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ (١٨٨)

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.”

Dalam ayat ini Allah telah melarang umat Islam untuk memperoleh harta dengan cara yang tidak adil atau melibatkan penipuan dan pengelabuan. Dalam islam Allah telah memerintahkan manusia untuk menjauhi sikap tercela dan berupaya menjalani kehidupan yang penuh dengan akhlak mulia dan kebaikan.

Aspek-aspek dalam kehidupan manusia, termasuk ekonomi dan bisnis, selalu terkait erat dengan nilai-nilai etika. Dalam konteks ini, muncul konsep yang dikenal sebagai etika dalam bisnis, yang menyoroti pentingnya mengintegrasikan nilai-nilai moral dalam keputusan dan tindakan bisnis. Etika dalam bisnis mencerminkan kesadaran akan dampak sosial dan moral yang timbul dari aktivitas ekonomi.

Bisnis yang etis menekankan pentingnya bertindak dengan integritas, transparansi, dan tanggung jawab sosial. Keselarasan antara keuntungan ekonomi dan dampak positif pada masyarakat menjadi fokus utama. Dengan memahami bahwa bisnis bukan hanya tentang mencari keuntungan semata, melainkan juga tentang kontribusi positif pada lingkungan sekitar, praktik bisnis yang bertanggung jawab dapat diterapkan.

Pentingnya etika dalam bisnis juga tercermin dalam penilaian terhadap dampak jangka panjang dari keputusan bisnis. Sebuah perusahaan yang berkomitmen terhadap etika akan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang terhadap pemangku kepentingan, lingkungan, dan reputasi perusahaan. Dengan demikian, etika dalam bisnis bukan hanya norma moral, tetapi juga merupakan fondasi untuk pembangunan hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat secara keseluruhan. (Muhammad, 2008, p. 49).

Bisnis yang sebenarnya merupakan bisnis yang mengedepankan etika, sehingga dapat memberikan dampak yang positif bagi pembeli (konsumen) hal ini sangat penting bagi keberlangsungan bisnis karena keberhasilan suatu bisnis tergantung pada pelaku bisnis itu sendiri, dan pelaksanaan bisnis yang baik sangat didambakan oleh semua orang. Bertitik tolak dari hal yang di atas, maka penerapan etika bisnis dengan Islam dalam berdagang sangat terkait, karena dalam suatu organisasi bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil dan tidak curang, tidak berkhianat serta dapat menghindari sifat-sifat tercela lainnya, sehingga bisnis yang dijalankan bisa saling menguntungkan, bukan hanya sebelah pihak melainkan keduanya yang dalam hal ini yaitu antara penjual dan konsumen

(pembeli) saling membutuhkan dan hal ini sesuai dengan pokok-pokok ajaran Islam.

Tugas utama etika bisnis difokuskan pada upaya mencari cara untuk memadukan kepentingan pokok suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntunan moralitas. Tetapi penyelesaiannya bukan hanya mencari posisi yang menguntungkan antara kedua tuntutan tersebut, melainkan merekonstruksi pemahaman tentang bisnis sekaligus mengimplementasikan bisnis sebagai media usaha atau perusahaan yang bersifat etis. Etis disini memiliki arti sesuai dengan nilai-nilai bisnis dan tidak bertentangan dengan nilai kebatilan, kerusakan dan kezaliman dalam suatu bisnis atau usaha. Kemudian etika bisnis juga bertugas untuk melakukan perubahan kesadaran kepada masyarakat tentang bisnis dengan cara menyampaikan sebuah sudut pandang baru bahwa suatu bisnis tidak terpisah dari adanya etika.

Akan tetapi, pada kenyataannya masih ditemukan perubahan etika dalam berbisnis seperti perdagangan yang masih mengadopsi sistem riba, gharar, mencurangi timbangan atau takaran, *tadlis*, *ihthikar* dan perbuatan batil lainnya. Hal ini disebabkan tidak adanya rasa kebersamaan, tanggung jawab sosial, kejujuran dan masalah lainnya. Perubahan nilai etika tersebut menyebabkan terjadinya pelanggaran di dalam kegiatan bisnis (Muhammad, 2004). Tujuan utama ekonomi Islam agar manusia senantiasa menjalin hubungan yang harmonis, saling membantu dan menjauhkan diri dari semua perbuatan tercela (Qardhawi, 1993). Etika bisnis Islam juga dapat bertugas untuk mengatur aktivitas perdagangan, karena secara konsep etika didasarkan pada nalar ilmu dan agama untuk menilai. Konsep

penilaian ini dalam aktivitas kehidupan di masyarakat banyak ditemukan bahwa secara agama terdapat nilai mengenai hal-hal baik, buruk atau jahat, seperti pihak yang menzalimi dan pihak yang terzalimi (Muslich, 2004).

Etika bisnis merupakan aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan benar dalam beragam intuisi, teknologi, transaksi, aktivitas dan usaha yang sering disebut bisnis (Velasquez, 2005). Adapun bentuk-bentuk etika bisnis Islam yang dimaksud adalah berperilaku jujur, amanah, adil, bersikap ramah, bekerja keras, bekerja sama, murah hati, dan sederhana. Etika bisnis Islam melarang perilaku yang mengambil riba, mengurangi timbangan atau takaran, garar atau judi, penipuan, penimbunan, skandal dan rusuah serta monopoli. Dengan kata lain, prinsip pengetahuan akan etika bisnis Islam mutlak harus dimiliki oleh setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi. Terutama para pedagang di pasar tradisional yang melakukan transaksi jual beli, dimana Rasulullah saw. datang dengan membawa misi memperbaiki moral dan etika kehidupan manusia. Hal ini tergambar dalam hadis Rasulullah saw.

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ

Artinya; *Sesungguhnya aku diutus hanya untuk menyempurnakan kesalehan akhlak*” (Abi Abdullah Ahmad bin Muhammad bin Hambal Al-Syaibany Al-Marwazy, n.d.).

Aktivitas perdagangan atau jual beli merupakan aktivitas bisnis. Praktik perdagangan atau jual beli salah satunya dapat dilakukan di pasar. Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang. Pedagang beras adalah orang yang kegiatannya hanya

berjualan beras. Beras merupakan sumber makanan pokok bagi mayoritas penduduk di Indonesia, khususnya di Kecamatan Pelaihari.

Pedagang beras yang akan diteliti adalah pedagang beras yang berjualan di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari. Kecamatan Pelaihari terletak di Kabupaten Tanah Laut, di sana terdapat banyak pasar dan salah satu pasar terbesar dan terkenal disana yaitu Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.

Berdasarkan hasil temuan sementara di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari, peneliti menemukan keadaan di lapangan, di mana ada pedagang yang mengatakan bahwa beras A adalah beras pera namun dikatakan oleh pembeli ketika dimasak beras yang didapat adalah beras pulen, hal ini tentu saja membuat pembeli merasa dirugikan karena adanya ketidaksesuaian fakta dengan keadaan sebenarnya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Perilaku Pedagang Beras di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku pedagang beras di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari?
2. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang beras di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan perilaku pedagang beras di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.
2. Untuk menjelaskan tinjauan etika bisnis Islam terhadap perilaku pedagang beras di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.

D. Kegunaan Penelitian

Secara ringkas dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Sebagai informasi ilmiah dapat menambah wawasan pengetahuan penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.
 - b. Sebagai sumbangan pemikiran dan untuk mengisi khazanah ilmu pengetahuan bagi perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dalam bentuk karya tulis ilmiah.
 - c. Sebagai bahan rujukan maupun acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti masalah ini dari aspek yang lain dan bahan referensi bagi kalangan civitas akademik.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi masyarakat dan khususnya kepada pedagang beras di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari,

sebagai acuan dalam melaksanakan penerapan etika bisnis Islam di dalam usaha beras agar sesuai dengan syariat Islam.

E. Definisi Operasional/Batasan Istilah

1. Etika Bisnis

Etika bisnis adalah tanggung jawab pelaku bisnis sehingga yang diharapkan akan terwujud situasi dan kondisi bisnis yang sehat dan bermartabat yang pada akhirnya dapat juga bermanfaat bagi masyarakat, bangsa dan negara (Nugroho, 2015, hlm. 20). Etika bisnis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah aspek tauhid, keseimbangan ('adl), kehendak bebas (ikhtiyar), tanggung jawab (fard), dan kebajikan (ihsan).

2. Perilaku

Perilaku adalah segala tindakan atau perbuatan manusia yang kelihatan atau tidak kelihatan yang didasari maupun tidak didasari termasuk didalamnya cara berbicara, cara melakukan sesuatu dan bereaksi terhadap segala sesuatu yang datangnya dari luar maupun dalam dirinya (Zakiyah & Purwanto, 2013). Sedangkan perilaku yang dimaksud dalam penelitian ini seperti kejujuran pedagang dalam menakar, menjelaskan kualitas barang, pelayanan yang ramah, mengganti kecacatan barang, memberi kebebasan kepada pembeli, menetapkan harga yang sama kepada seluruh pembeli, dan lain sebagainya.

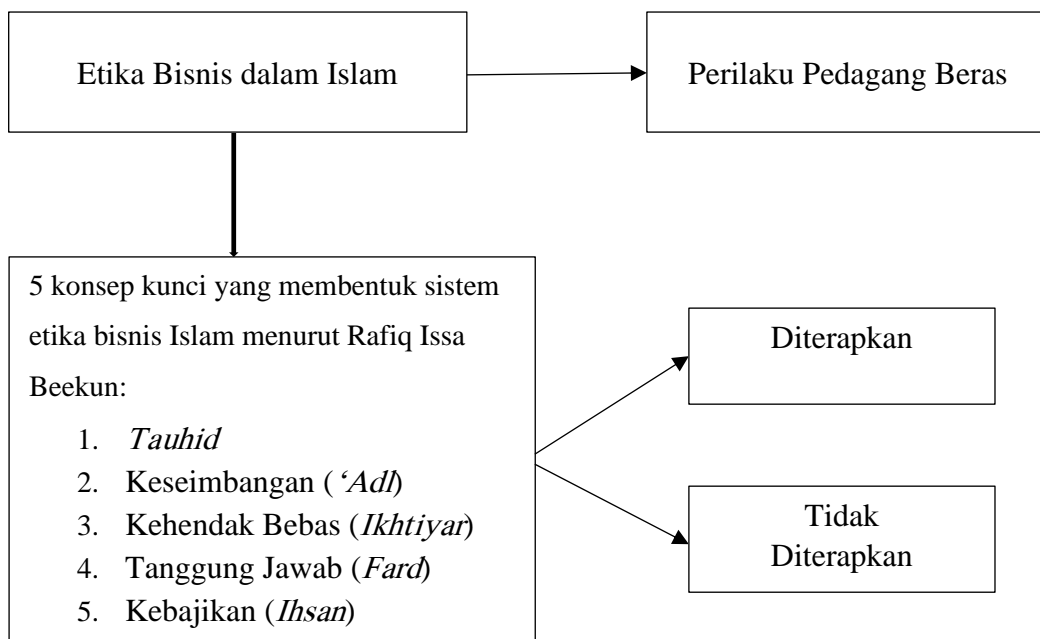
3. Pedagang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pedagang adalah seseorang yang pekerjaannya adalah berdagang (Muda, 2006). Sedangkan pedagang yang

dimaksud dalam penelitian ini adalah hanya pedagang yang berdagang beras di Pasar Tapandang Berseri Pelaihari.

F. Kerangka Teori

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Kajian Pustaka

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa relevan dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Rahmania, 2019) dengan judul “*Perilaku Pedagang di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*”. Hasil penelitian Sebagian pedagang di Pasar Tradisional Sentra Antasari Banjarmasin menerapkan etika bisnis Islam dengan menjalankan prinsip-prinsip seperti tauhid, keseimbangan, kehendak

bebas, pertanggungjawaban, dan ihsan. Meskipun sebagian besar pedagang telah menerapkan prinsip-prinsip ini, masih ditemukan beberapa yang belum sepenuhnya mematuhi, terutama terkait kesopanan dan sikap ramah terhadap pembeli. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggali pandangan etika bisnis Islam dari perilaku pedagang di pasar tradisional. Perbedaannya terdapat pada konteks dan variabelnya.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Syafitri et al., 2022) dengan judul “*Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*”. Hasil penelitian yang dilakukan menekankan bahwa pentingnya sertifikasi label halal pada produk makanan, khususnya bagi konsumen Muslim. Sertifikasi ini dianggap sebagai sarana komunikasi efektif antara produsen dan konsumen, sejalan dengan tuntutan hukum Islam untuk mengonsumsi produk yang telah dijamin kehalalannya dari awal proses pembuatan hingga distribusi. Pemerintah memberikan dukungan untuk memfasilitasi produsen dalam memperoleh sertifikasi halal, yang tidak hanya menjadi hak produsen tetapi juga melibatkan perlindungan hukum bagi konsumen. Meskipun demikian, terdapat persepsi di kalangan produsen bahwa sertifikasi halal tidak begitu penting dan hanya dianggap sebagai pelengkap. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan kesadaran diri mengenai pentingnya sertifikasi halal, agar dapat dianggap sebagai faktor utama yang mendorong tercapainya kebaikan bersama, baik bagi konsumen maupun produsen. Kesimpulannya, pemahaman dan pengakuan terhadap nilai sertifikasi halal perlu ditingkatkan untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik dan memberikan manfaat

yang optimal bagi semua pihak terlibat. Persamaan dari penelitian ini adalah fokus pada aspek etika bisnis Islam, dan sama-sama memiliki orientasi keislaman dalam kajiannya. sedangkan perbedaannya terdapat pada fokus penelitian, dan obyek kajiannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Syafitri dkk) lebih menyoroti urgensi sertifikasi halal pada makanan, sementara penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih spesifik mengenai perilaku pedagang beras di pasar tradisional.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Naryah, 2021) dengan judul “*Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam*”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian yang telah dilakukan didapati bahwa praktik jual beli *defective goods* dengan *gimmick* diskon yang dilakukan oleh pelaku usaha konveksi di Kampung Gamis mengandung unsur *tadlis*. Mekanisme tersebut melibatkan ketidakjujuran dan ketidaktransparanan dalam menjelaskan kondisi produk kepada pembeli, menyebabkan kerugian bagi pembeli yang membeli produk dengan niat menjual kembali. Berdasarkan tinjauan etika bisnis Islam, praktik tersebut tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti menjual barang berkualitas baik, membangun hubungan baik antar kolega, dan tidak memenuhi prinsip-prinsip yang diajarkan oleh Rasulullah, yaitu shiddiq (jujur), amanah (amanah), dan tabligh (menyampaikan dengan jelas). Hal ini disebabkan oleh kurangnya perhatian pelaku usaha konveksi terhadap dampak praktiknya, lebih memprioritaskan keuntungan pribadi tanpa memperhatikan dampak bagi konveksinya sendiri maupun bagi pembeli.

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Sakur et al., 2021) dengan judul *“Problematika Perilaku Pedagang Pasar Tradisional: Studi Perspektif Etika Bisnis Islam”*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil penelitian yang ditemukan bahwa, perilaku pedagang di Pasar 17 Agustus Pamekasan, terutama dalam menjaga ketertiban, menunjukkan kurangnya kesadaran dan kepatuhan terhadap aturan pasar. Meskipun pemerintah telah melakukan upaya seperti koordinasi dengan berbagai pihak dan tindakan teguran, pedagang masih sering melanggar ketentuan. Selain itu, perspektif etika bisnis Islam pada prinsip-prinsip tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan belum sepenuhnya terimplementasi dengan baik oleh para pedagang. Persamaannya terdapat pada fokus perilaku pedagang dan keterkaitannya dengan etika bisnis Islam dengan perilaku pedagang sedangkan perbedaannya terdapat pada pendekatan terhadap perilaku pedagang karena (Sakur dkk) menyoroti tentang "Problematika Perilaku Pedagang," sedangkan penulis pada penelitian ini berfokus pada "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang," menunjukkan fokus pada evaluasi dari perspektif etika bisnis Islam.
5. Penelitian yang dilakukan oleh (Umuri & Ibrahim, 2020) dengan judul *“Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam”*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis. Hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian ini bahwa sebagian besar pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh telah menerapkan nilai-nilai

etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli mereka. Mereka menunjukkan perilaku religius, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan. Ini tercermin dalam praktik seperti menjalankan shalat tepat waktu, tidak melakukan kecurangan dalam transaksi, memberikan kebebasan kepada pedagang dan pembeli, serta menunjukkan sikap jujur, ramah, dan pelayanan terhadap pembeli. Namun, ada sebagian pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam, terutama terkait dengan aspek seperti keteraturan dalam menjalankan ibadah, kebersihan makanan, sikap ramah terhadap pembeli, dan memberikan tenggang waktu pembayaran. Persamaan dalam penelitian ini adalah berfokus pada perilaku pedagang dan tinjauan etika bisnis Islam, sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian dan skala perdagangan yang berbeda karena pedagang kaki lima cenderung memiliki skala usaha yang lebih kecil dan biasanya beroperasi di lokasi tertentu di jalanan atau pinggir trotoar, sementara pedagang di pasar mungkin memiliki skala usaha yang lebih besar dan terorganisir di suatu tempat.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat agar pembahasan dalam proposal skripsi ini lebih terarah, bagian isi akan terdiri atas sub-sub bab. Penelitian ini ditulis dalam lima bab dengan alur sebagai berikut:

Bab I berupa pendahuluan pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, kerangka teori, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab II berupa landasan teori pada bab ini disajikan informasi mengenai landasan teori yang berhubungan dengan masalah yang ada pada penelitian, teori-teori tersebut bisa bersumber dari buku, literatur, jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu.

Bab III berupa metode penelitian pada bab ini berisikan tentang pelaksanaan penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan teknik analisis data hingga prosedur penelitian.

Bab IV berupa penyajian data dan analisis pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilakukan dan menjelaskan jawaban atas rumusan masalah.

Bab V berupa penutup pada bab ini disajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta rekomendasi penulis kepada berbagai pihak termasuk kepada peneliti selanjutnya.