

Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam

Khairil Umuri¹, Azharsyah Ibrahim²

¹Universitas Syiah Kuala Banda Aceh

²Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Jl. Syech Abdul Rauf Kopelma Darussalam, Banda Aceh

Email: khairilumuri@unsyiah.ac.id

Abstrak,

Pedagang kaki lima merupakan sekelompok orang (komunitas) yang menekuni perdagangan dalam sektor informal yang berbasis kerakyatan. Dalam prakteknya, sering ditemui perilaku pedagang kaki lima yang menyimpang dalam transaksi jual beli, seperti menjual produk yang berbahaya atau menyembunyikan kecatatan barang dagangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh ditinjau menurut etika bisnis Islam. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif analisis, melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh telah sesuai dengan etika bisnis Islam, seperti perilaku religius (*tawhid*), keseimbangan (*‘adl*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), tanggung jawab (*fard*), dan kebajikan (*ihsān*).

Kata kunci: Perilaku, Pedagang Kaki Lima, Etika Bisnis Islam

Abstract,

Street vendors are a group of people (community) who conduct businesses in community-based informal sector. In their practice, however, the street vendors' misconducts are often found when running a business. For example, selling dangerous products or concealing a product defect. In this case, the business ethics in Islam is significantly needed in managing the behaviors of the vendors. This present study examined the behaviors of the street food vendors in Banda Aceh in accordance with the Islamic business ethics as well as the factors influencing the behaviors. This study used the descriptive analysis method. The data were collected by interview, observation, and documentation. The results of the study showed that the street vendors' behaviors in Banda Aceh have been in line with the Islamic business ethics, such as religiousness (*tawhid*), equilibrium (*‘adl*), free will (*ikhtiyār*), responsibility (*fard*) and benevolence (*ihsān*).

Keywords: Behavior, Street Vendors, Islamic Business Ethics

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan hal terpenting dalam kehidupan ekonomi dan sosial bagi seluruh umat manusia. Agama Islam tidak melarang umatnya melakukan aktivitas perdagangan, karena mulanya Nabi Muhammad merupakan seorang pedagang dalam jangka waktu yang cukup lama (Shihab, 1999). Islam menghendaki aktivitas dagang yang dilakukan bebas dari hal-hal yang terlarang. Islam bertujuan untuk memelihara unsur keadilan bagi semua agar kegiatan perdagangan berjalan dengan adil.

Dalam perekonomian Islam telah memaparkan tentang etika yang harus dilaksanakan oleh pedagang dalam melakukan aktivitas jual beli. Etika ini diharapkan menjadi pedoman bagi pedagang selain untuk mendapatkan keuntungan dunia, juga mendapatkan keuntungan akhirat. Etika bisnis Islam memastikan, baik penjual maupun pembeli akan sama-sama diuntungkan.

Islam melarang seseorang dalam bekerja menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan aktivitas terlarang lainnya. Tetapi Islam memberikan suatu batasan hal apa saja yang halal dan haram dilakukan yang dinamakan dengan etika. Aktivitas dalam dunia perdagangan juga dikenal adanya konsep moral atau konsep etika bisnis. Para pedagang harus menerapkan konsep moral ke semua ruang lingkup perdagangannya.

Akan tetapi, di lapangan banyak 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 selalu menjalin hubungan yang harmonis, saling membantu dan menjauhkan diri dari semua perbuatan tercela. (Qardhawi, 1993). Etika bisnis Islam juga bertugas 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).

Pembeli sangat menambakan adanya kebahagiaan dan keadilan ketika melakukan suatu transaksi, khususnya dengan pedagang kaki lima (PKL). Transaksi harus dilakukan dengan dasar kejujuran serta terhindar dari unsur penipuan dan kecurangan. Kejujuran tetap dapat terwujud ketika pedagang mengatakan bahwa barang yang dijualnya berkualitas baik tanpa ada campuran dengan barang yang berkualitas jelek dan bahan-bahan yang dapat membahayakan pembeli, baik secara fisik maupun spiritual.

Kejujuran merupakan hal utama dalam etika berdagang. Meningkatnya kasus penipuan dan kecurangan menimbulkan kerugian bagi pihak pembeli. Beberapa survei yang dilakukan oleh BBPOM dan Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh mendapati pedagang kaki lima yang melakukan kecurangan dengan cara menambahkan bahan-bahan berbahaya dalam dagangannya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar (Fatria, 2015). Makanan yang dijual pedagang bisa menjadi haram ketika pengolahannya tidak sesuai dengan tuntunan syariat. Islam menganjurkan mengkonsumsi makanan yang *tayyiban*, dalam arti dapat memberi manfaat dan baik untuk kesehatan tubuh. Kriteria baik atau bermanfaat ketika makanan mengandung gizi atau vitamin yang dibutuhkan oleh tubuh manusia.

Makanan yang baik dan bermanfaat juga tidak menjijikkan dan tidak menyebabkan efek negatif bagi tubuh (Musa, 2006).

Hukum Islam juga mengedepankan asas kewaspadaan terhadap pelanggaran jiwa manusia. Penggunaan zat berbahaya pada makanan dipandang sebagai suatu bentuk kegiatan yang terlarang, karena mengandung unsur penipuan atau jual beli yang mengandung *gharar* (Muhammad & Alimin, 2004). Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk menganalisis tentang perilaku pedagang kaki lima dalam perspektif etika bisnis Islam.

Terdapat banyak hasil penelitian dan kajian mengenai etika bisnis, tetapi lebih banyak mengkaji etika bisnis pada pedagang yang tidak masuk kategori pedagang kecil dan pedagang makanan, antara lain: *Pertama*, penelitian Yagiswara Karishma W. dan Tika Widiastuti dengan judul Etika Bisnis dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri. Dalam penelitian ini Yagiswara mengatakan bahwa etika bisnis Islam memiliki batasan yang harus diperhatikan dalam melakukan kegiatan bisnis. Penelitian ini memaparkan aspek terlarang yang tidak boleh dilakukan, diantaranya tidak boleh memanfaatkan agama dalam menjual produk, produk yang ditawarkan harus halal, tidak boleh berlebihan dalam menawarkan dagangan, dan tidak boleh menambah harga jual dari label yang sudah ditentukan.

,*m Kedua*, penelitian Alwi Musa Muzaiyin, yang berjudul Perilaku Pedagang Muslim dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri). Dalam penelitian ini Alwi lebih banyak menghadirkan bagaimana strategi pedagang pasar loak menawarkan dagangannya kepada pembeli ditinjau menurut etika bisnis Islam. *Ketiga*, penelitian dari Heru Cahyono dengan judul penelitian Konsep Pasar Syariah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Dalam penelitiannya, Heru lebih menekankan transaksi apa saja yang dilarang dalam Islam. Penelitian ini tidak melihat secara dekat bagaimana perilaku pedagang di suatu pasar, apakah perilaku tersebut sudah sesuai atau belum dengan etika bisnis Islam. Dari gambaran yang demikian itulah, artikel ini menjadi sangat penting bagi pedagang makanan kaki lima agar kegiatan perdagangan mereka sesuai dengan etika bisnis Islam.

TINJAUAN TEORITIK

Konsep Dasar Etika Bisnis Islam

Kata etika berasal dari kata Yunani *ethos*, bentuk jamaknya (*ta etha*), berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan” (Keraf, 1998). Kata etika disebut juga dengan “moral” yang berasal dari kata latin “*mos*” bentuk jamaknya “*mores*” mengandung makna adat atau cara hidup. Dalam hal ini, etika merupakan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri sendiri maupun pada orang lain. Penggunaan kata etika dan moral sering bergantian digunakan, karena mempunyai arti yang sama. Akan tetapi dalam praktiknya kata etika dan moral terdapat sedikit perbedaan. Moral atau moralitas biasanya digunakan untuk menilai suatu perbuatan, sedangkan etika digunakan untuk mengkaji sistem nilai-nilai yang ada (Hasan, 2009).

Adapun kata “bisnis” dalam Bahasa Indonesia diambil dari Bahasa Inggris yaitu “*business*” yang berarti kesibukan dari kata dasar “*busy*” yang artinya sibuk. Sibuk melakukan suatu pekerjaan yang menguntungkan. Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha dan usaha dagang (KBBI, 2012).

Dari paparan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis adalah seperangkat nilai, baik itu tentang kebaikan, keburukan, perbuatan benar dan salah dalam kegiatan bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain, etika bisnis merupakan seperangkat aturan yang harus dipegang teguh, ketika bertransaksi, berperilaku, dan bersosial agar tujuan bisnisnya tercapai dengan baik (Muhammad&Fauroni, 2002).

Adapun etika bisnis Islam adalah sebuah nilai tentang perbuatan baik, buruk, benar, salah, halal dan haram yang berpedoman pada nilai-nilai moralitas Islam dalam dunia bisnis (Alma, 1994). Dalam pengertian yang lain, etika bisnis Islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang setelahnya melakukan hal yang benar dalam semua aktivitas bisnisnya.

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Para sarjana muslim membagi prinsip atau aksioma etika bisnis Islam ke dalam beberapa bagian. Syed Nawad Haider Naqvi, misalnya menawarkan empat aksioma atau prinsip dasar dari etika bisnis Islam, yaitu: kesatuan (*tauhid*), keseimbangan/kesejajaran (*al-'adl wa al-Ihsān*), kehendak bebas (*ikhtiyār*) dan tanggung jawab (*farḍh*) (Naqvi, 2003). Kemudian, Rafik Issa Beekun membagi aksioma etika bisnis ke dalam lima aksioma, yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*'adl*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), tanggung jawab (*farḍ*) dan kebaikan (*ihsān*) (Beekun, 2006). Sementara Lukman Fauroni membagi prinsip etika bisnis Islam menjadi kesatuan, kesetimbangan, kehendak bebas, pertanggungjawaban dan kebenaran: kebajikan dan kejujuran (fauroni, 2006).

Berdasarkan semua pendapat di atas, maka dalam tulisan ini, penulis mengikuti pendapat Beekun yang menyebutkan lima aksioma atau prinsip dasar dalam etika bisnis Islam. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Faisal Badroen yang mengklarifikasikan aksioma etika bisnis Islam dalam lima prinsip dasar, yaitu kesatuan (*tawḥīd*), keseimbangan (*'adl*), kehendak bebas (*ikhtiyār*), tanggung jawab (*farḍ*) dan kebaikan (*ihsān*) (Beekun, 1997). Prinsip kesatuan (*tawḥīd*) merupakan pondasi awal dalam agama Islam. Bagi orang yang beriman pertama harus mengucapkan kalimat syahadat sebagai tanda adanya hubungan antara manusia dengan Tuhannya. Hubungan ini menyebabkan konsekuensi penyerahan diri kepada Tuhan berupa penyerahan hati, akal pikiran, ucapan dan perbuatan (Rasyid, 1998). Dengan penyerahan diri tersebut, maka setiap aktivitas yang dilakukan manusia akan seirama dengan nilai syari'ah. Tauhid dapat menjaga keselarasan konsep ekonomi, sosial, dan politik, serta keagamaan yang dilandaskan pada keagamaan.

Prinsip keseimbangan (*'adl*) dipahami bahwa keseimbangan atau keadilan (*'adl*) merupakan dimensi horizontal ajaran Islam yang harmoni dengan alam semesta. Bersikap adil dan baik harus senantiasa dilakukan dalam ajaran Islam. Bahkan bersikap adil harus diutamakan daripada melakukan sebuah kebajikan. Pada perdagangan, yang menjadi syarat utama agar tercapai keadilan adalah adanya mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) suatu produk ketika ditimbang. Oleh karena itu, sikap adil dapat mendekati kepada takwa, karena dalam perdagangan Islam melarang aktivitas yang dapat merugikan orang lain.

Adapun prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*) dimaksudkan bahwa manusia diberikan keleluasaan untuk membimbing arah kehidupannya. Berdasarkan prinsip ini, dalam perdagangan manusia diperbolehkan untuk membuat suatu perjanjian, baik perjanjian itu dilaksanakan atau diingkarinya. Seorang muslim yang mempunyai keimanan kepada Allah akan selalu menepati janjinya. Dengan begitu, prinsip kebebasan kehendak saling berkaitan dengan prinsip ketauhidan dan prinsip keadilan (Beekun, 1997).

Prinsip tanggung jawab (*farḍ*) mempunyai kaitan prinsip kehendak bebas. Kebebasan dengan tidak adanya batasan adalah sesuatu yang bertentangan karena didalamnya tidak ada rasa pertanggungjawaban. Agar terpenuhinya rasa keadilan dan kesatuan, setiap perbuatan manusia memiliki pertanggungjawaban. Hal ini dapat dipahami bahwa prinsip pertanggungjawaban saling berkaitan dengan prinsip kehendak

bebas. Prinsip kehendak bebas membatasi perbuatan yang dilakukan manusia dengan bertanggung jawab atas semua perbuatannya.

Prinsip terakhir, yaitu kebajikan (*ihsān*) diartikan sebagai perbuatan terpuji yang dilakukan agar memberikan manfaat kepada orang lain, walaupun tidak ada paksaan padanya untuk melakukan perbuatan tersebut. *Ihsān* juga digambarkan dalam bentuk perilaku, seperti beradab, berbuat baik, memberikan maaf dan suka membantu orang lain yang mengalami kesulitan.

Dengan prinsip kebajikan ini, maka etika Islam sangat memperhatikan agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan ketika melakukan aktivitas dalam perdagangan. Di dalam Al-Qur'an sudah dijelaskan bahwa perdagangan harus terhindar dari cara kebatilan, kerusakan dan kezaliman. Perdagangan yang baik harus dilakukan dengan kesadaran tinggi dan kerelaan.

Dari paparan aksioma atau prinsip di atas, yaitu kesatuan, keseimbangan (keadilan), kehendak bebas, bertanggungjawab dan kebajikan, mempunyai peran penting dalam mensukseskan segala bentuk aktivitas dalam perdagangan. Dengan demikian, kelima aksioma tersebut telah menjadi tolak ukur untuk membangun suatu bisnis/perdagangan.

Nilai-nilai Etika Bisnis Islam

Berdasarkan aksioma dasar etika bisnis Islam di atas, terdapat nilai-nilai dasar yang harus dimiliki setiap insan dalam kegiatan bisnis/perdagangannya. Nilai-nilai etika bisnis Islam bersumber dari al-Quran dan Hadis. Secara substansial, nilai-nilai ini memperjelas prinsip-prinsip etika dalam Islam sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya.

Menurut Azharsyah dan 'Azzah (2014), nilai-nilai etika dalam al-Quran adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Nilai-nilai Etika dalam al-Quran

Nilai-nilai	Sumber Al-Quran
Kebenaran	QS. Al-Maidah: 119
Kejujuran	QS. Al-Baqarah: 261-283
Nasihat	QS. Al-Shura: 38; Ali 'Imran: 159
Menepati Janji	QS. Al-Saff : 2-3
Keadilan	QS. Al-Nahl: 90; Hud: 85; Al-Isra': 35; Al-Rahman: 8-9; Al-Baqarah: 282
Kepercayaan	QS. Al-Nahl: 90; Al-Baqarah: 283; Al-Nisa: 58
Sabar	QS. Al-Furqan: 63; Ali 'Imran: 134; Al-Baqarah: 153; Al-Muzammil: 10; Al-Maarij: 5
Rendah hati	QS. Al-Shu'ara: 215; Hud: 23
Kedermawanan	QS. Al-Ahzab: 35; Al-Hadid: 18; Al-Baqarah: 272
Harga diri	QS. Al-Furqan: 72; Al-Baqarah: 188; Al-Taubah: 34
Keramahan	QS. Al-Hujurat: 10, 13
Profesional	QS. Al-Qashas: 26
Tepat waktu	QS. Al-Maidah: 8
Kerjasama	QS. Al-Maidah: 2
Kemandirian	QS. Al-Najm: 39
Transparansi	QS. Al-Baqarah: 282

Sumber: Azharsyah dan 'Azzah, 2013.

Adapun menurut Abdul Aziz, nilai-nilai etika bisnis dalam Islam di antaranya jujur ketika menakar atau menimbang, menjual produk yang baik dan halal, menjual produk yang berkualitas unggul, tidak menyembunyikan jika ada barang yang cacat, tidak bersumpah dalam berdagang, melakukan persaingan yang sehat, tidak melakukan transaksi yang mengandung riba, gharar dan maysir serta bermurah hati (Aziz, 2013).

Kemudian, Suyanto juga menjelaskan nilai-nilai etika bisnis Islam yang dikategorikan kedalam perilaku bisnis, yaitu menggunakan niat yang tulus, bertransaksi secara baik dan halal, berlaku adil, bersikap jujur, selalu menepati janji, saling rela kedua bela pihak, memenuhi hak orang lain, saling menolong dalam bisnis, bekerja dengan baik, tidak melakukan riba dan penipuan, tidak mengambil secara batil, tidak berlaku curang dan merugikan, tidak berkhianat terhadap rekan bisnis, menghindari sumpah palsu, menyerahkan bisnis pada orang yang sudah mampu, tidak mengobral sumpah, tidak menyaingi penjualan dan penawaran saudaranya, serta menghindari spekulasi (*gharar*) (Suyanto, 2008).

Dengan demikian, itulah nilai-nilai etika bisnis yang didapatkan dalam ajaran Islam. Secara substansial, nilai-nilai tersebut memperjelas aksioma-aksioma etika bisnis dalam Islam seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Aksioma-aksioma ini dengan sendirinya harus mendapatkan perhatian bagi pelaku bisnis muslim karena di dalamnya banyak terkandung hikmah yang dapat dipetik dan akan bermanfaat untuk kehidupan selanjutnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif, yakni memberikan uraian sistematis yang berhubungan dengan objek penelitian. Data yang terkumpul dalam penelitian ini dilakukan dengan cara: (1) wawancara mendalam (*indepth interview*), yaitu wawancara dilakukan dengan langsung berkomunikasi, baik kepada pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh, pembeli, maupun kepada pihak terkait lainnya seperti Dinas Kesehatan Kota Banda Aceh, BBPOM Aceh dan Dinas Disperindag Kota Banda Aceh, (2) Observasi, yaitu mengadakan pengamatan langsung pada pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh, dan (3) Dokumentasi, yaitu mengumpulkan buku-buku dan hasil kajian yang sesuai dengan penelitian ini. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif analisis*. Setelah data tersebut diteliti dan dianalisis satu persatu, selanjutnya ditarik konklusi atau kesimpulan, yakni tentang bagaimana perilaku pedagang kaki lima menurut perspektif etika bisnis Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi terhadap para pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh, diketahui bahwa para pedagang makanan tersebut sudah menerapkan perilaku yang religius (*tawhid*), yaitu dengan melaksanakan shalat tepat waktu dan bersedekah. Selain itu, perilaku religius (*tawhid*) juga diterapkan oleh pedagang, yaitu dengan dengan senantiasa bertakwa kepada Allah Swt. Pedagang selalu menghentikan aktivitasnya dan bergegas untuk melaksanakan shalat tepat waktu, baik secara berjamaah maupun sendiri. Hal tersebut biasa dilakukan oleh pedagang dengan cara bergantian menjaga dagangan dengan saudara/teman lainnya. Disamping itu, menurut mereka, sikap takwa tidak hanya melaksanakan shalat tepat waktu, tetapi banyak perbuatan lain yang bisa dilakukan untuk

mendekatkan diri dengan Allah Swt., diantaranya adalah selalu memohon pertolongan kepada Allah, bersedekah, infak dan lainnya.

Akan tetapi, masih ditemukan pedagang yang tidak menjalankan shalat tepat waktu, karena lebih mementingkan melayani pembeli. Mereka beralasan ingin terlebih dahulu melayani pembeli yang telah memesan barang dagangannya dan tidak ingin meninggalkan pembeli. Alasan lainnya adalah tidak ada yang menjaga dagangan mereka ketika hendak melaksanakan shalat, karena mereka tidak mempunyai teman atau saudara yang bisa membantunya.

Selain itu, perilaku religius juga diperlihatkan pedagang dalam menjalankan aktivitas usaha dagangannya dengan meniatkannya untuk mencari berkah dari Allah Swt. Oleh karena itu, usaha yang ia dilakukan bukan hanya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dunia, tetapi juga diniatkan untuk mendapatkan keuntungan di akhirat.

Selanjutnya, perilaku religius (*tawhid*) dari pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh juga dapat dilihat dari pemahaman mereka terhadap kategori barang haram yang tidak boleh diperdagangkan dalam Islam. Dalam hal ini, pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh tidak memperdagangkan barang-barang yang haram atau berbahaya.

Adapun dalam hal kebersihan makanan, masih banyak pedagang makanan jajanan yang tidak memperhatikan kelayakan barang atau kebersihan makanan yang dijual, sehingga bisa membahayakan pembeli. Hal ini bisa dilihat dari kurang bersihnya tempat pengolahan makanan atau minuman yang dijual. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, didapatkan hampir semua pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh tidak menjaga kebersihan makanan yang mereka jual, seperti banyaknya sampah yang berserakan di samping dagangan mereka, dan sarana air bersih (untuk membersihkan tempat makanan) masih kurang memadai. Padahal dalam Islam, kebersihan merupakan bagian dari iman.

Selain itu, Islam juga menganjurkan untuk mengonsumsi makanan yang *ṭayyiban*, yaitu dapat mendatangkan manfaat dan baik bagi kesehatan tubuh. Makanan yang baik dan bermanfaat ialah makanan yang mengandung gizi dan vitamin yang dibutuhkan tubuh. Oleh karena itu, makanan yang tidak diolah dengan baik bisa saja menjadi haram untuk dikonsumsi, karena termasuk makanan yang menjijikkan, kotor, membahayakan tubuh atau mendatangkan penyakit. Hal ini sesuai dengan Hadis Nabi tentang larangan membahayakan diri sendiri dan orang lain. Jika dikaitkan dengan makanan, maka tidak boleh mengonsumsi makanan yang dapat membahayakan kesehatan diri sendiri dan orang lain.

Kemudian, prinsip keseimbangan (*‘adl*) merupakan aktivitas kehidupan pribadi yang bersifat horizontal. Prinsip keseimbangan lebih banyak berhubungan dengan sesama manusia. Dalam dunia bisnis, keseimbangan atau keadilan ini dapat diwujudkan dengan menawarkan produk yang memiliki mutu dan kualitas baik. Selain itu menjaga sikap yang tidak berlebihan dalam menawarkan suatu produk juga bagian dari prinsip keseimbangan (Farma&Khairil, 2020).

Berdasarkan wawancara dan observasi dengan para pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh, diketahui bahwa perilaku adil yang diterapkan oleh para pedagang tersebut dapat dilihat dari cara mereka menakar atau menimbang barang dagangannya. Seperti yang dilakukan oleh Ismail (37 tahun), pedagang sop buah, ketika ia menakar buah tersebut, ia tidak melakukan pengurangan terhadap pembeli, terutama pembeli yang dianggap baru. Ia mengetahui bahwa mencurangi timbangan merupakan hal yang dilarang karena merugikan pembeli. Selain itu, bentuk perilaku adil lainnya adalah mendahulukan melayani pembeli sesuai dengan antrian. Melihat dari konsep etika bisnis Islam, perilaku pedagang tersebut

telah mempraktikkan nilai-nilai etika bisnis Islam, yakni tidak mengurangi timbangan, menggunakan alat timbangan yang masih bagus. Perilaku terpuji tersebut akan memberikan dampak yang baik kemudian hari. Dengan demikian, perilaku yang diperlihatkan para pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh sudah sesuai dengan prinsip keseimbangan atau keadilan.

Adapun prinsip kehendak bebas (*ikhtiyār*) yang diwujudkan oleh para pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh, diantaranya dengan saling berbagi tempat penjualan dengan pedagang lain, tidak memaksa pembeli untuk membeli dagangannya, dan memberikan harga yang sama kepada semua pembeli. Kehendak bebas (*ikhtiyār*) dalam Islam mempunyai makna tersendiri, karena nilai kebebasan itu sudah diberikan sejak dia dilahirkan. Akan tetapi, Islam membatasi kebebasan manusia, karena kebebasan mutlak tersebut hanya milik Allah. Selain itu, pembeli juga diberi keleluasaan oleh pedagang untuk memilih barang (makanan) sesuai selera, serta mendapatkan barang sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan dan disepakati. Dengan demikian, transaksi yang mereka lakukan didasari suka sama suka.

Selanjutnya tanggung jawab (*farḍ*) itu harus tercemin dalam semua perbuatan manusia, tidak terkecuali dalam dunia bisnis/perdagangan. Perilaku tanggung jawab (*farḍ*) yang ditunjukkan oleh para pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh dapat dilihat dari sikapnya yang jujur, tidak mengobrol sumpah dan menjaga kualitas barang.

Oleh karena itu, perilaku jujur telah diperlihatkan oleh pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh. Sikap jujur merupakan salah satu nilai terpenting ketika bertransaksi. Kejujuran telah dipraktikkan oleh para Nabi, sehingga dengan kejujuran agama Islam bisa ditegakan dengan baik. Sedangkan kebohongan merupakan awal dari kemunafikan. Ketidakjujuran dapat merusak citra perdagangan seperti mencampurkan produk yang jelek dengan yang bagus, tidak menjelaskan spesifikasi barang dagangan yang lainnya.

Pedagang juga memaknai pertanggungjawaban tersebut merupakan pertanggungjawaban terhadap produk yang dijual. Sikap pedagang muslim adalah memiliki sikap tanggung jawab atas segala apa yang diperbuatnya. Pedagang yang bertanggung jawab akan selalu memberikan barang pengganti ketika barang dagangannya terdapat kerusakan. Mereka akan ikhlas dan dengan senang hati memberikan barang pengganti yang lebih baik atau mengembalikan uangnya jika pembeli meminta pengembalian uang.

Prinsip terakhir adalah kebajikan (*iḥsān*). Prinsip ini bertujuan agar setiap apa yang dilakukan dapat bermanfaat bagi semua orang. Dengan kata lainnya adalah senantiasa berbuat baik tanpa melihat latar belakang seseorang, tetapi semata-mata Allah. Dari data yang diperoleh di lapangan, perilaku *iḥsān* yang diterapkan oleh para pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh ditunjukkan dengan bermurah hati kepada pembeli, bersikap ramah dalam melayani pembeli, menjaga hubungan baik dengan pembeli dan memberi kelonggaran waktu.

Akan tetapi, masih ada sebagian kecil pedagang yang kurang menerapkan prinsip kebajikan, seperti tidak memberikan kelonggaran kepada pembeli yang hendak berhutang. Hal ini dikarenakan masih ada pembeli yang tidak menepati janjinya sesuai kesepakatan hutangnya. Pengalaman inilah yang membuat para pedagang enggan untuk memberikan hutang kepada pembeli.

Sikap kurang ramah juga diperlihatkan pedagang lain ketika ada pembeli yang terlalu banyak permintaan. Apalagi ketika ada pembeli yang meragukan kualitas dagangan yang mereka jual, sehingga pedagang tidak bisa menahan amarahnya dan bersikap tidak melayani

pembeli tersebut. Menurut penulis, perilaku seperti itu harus dihilangkan, karena dengan bersikap kurang ramah dan tidak memberikan kelonggaran waktu akan membuat pelanggan lari atau tidak mau membeli pada pedagang tersebut, sehingga merugikan pedagang itu sendiri.

Dari paparan di atas, dapat dipahami bahwa perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Namun, ada sebagian pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatannya jual belinya, seperti masih melalaikan ibadah shalat wajib, tidak menjaga kebersihan makanan, kurangnya sikap ramah ketika memberikan pelayanan kepada pembeli dan kurangnya tenggang rasa terhadap pembeli yang ingin membayar secara non tunai.

Secara singkat, perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh ditinjau menurut etika bisnis Islam dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 2. Perilaku Pedagang Makanan Jajanan di Kota Banda Aceh

Komponen Prinsip/Perilaku	Nilai-nilai
Religius (Tawhid)	<ul style="list-style-type: none"> • Menyertakan niat ibadah. • Melaksanakan shalat tepat waktu. • Tidak menjual makanan berbahaya (haram). • Selalu berdoa. • Bersedekah.
Keseimbangan (Adl)	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak melakukan kecurangan dalam menakar makanan. • Mendahulukan pembeli sesuai antrian. • Menetapkan harga yang sama terhadap semua pembeli.
Kehendak Bebas (Ikhtiyār)	<ul style="list-style-type: none"> • Memberi kebebasan kepada pedagang lain untuk berjualan di tempat yang sama. • Memberi kebebasan kepada pembeli untuk memilih makanan sesuai dengan keinginannya.
Tanggungjawab (Farḍ)	<ul style="list-style-type: none"> • Bersikap jujur kepada pembeli dengan memberitahu kualitas/bahan makanan yang dijual. • Selalu memenuhi pesanan pembeli. • Tidak mengobral sumpah. • Mengganti barang (makanan) jika terdapat kekurangan/ketidaklayakan.
Kebajikan (Ihsān)	<ul style="list-style-type: none"> • Bersikap ramah dan melayani pembeli. • Bersikap murah hati. • Menjaga hubungan baik dengan pembeli. • Memberikan kelonggaran pembayaran jika pembeli belum dapat membayar secara tunai, • Memberi tambahan bonus atau diskon harga bagi yang membeli dalam jumlah banyak. • Menerima kekurangan uang pembayaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa perilaku pedagang makanan jajanan di Kota Banda Aceh dalam transaksi jual beli sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, yakni (1) religius (*tawḥid*) yang diwujudkan para pedagang dengan melaksanakan shalat tepat waktu, menyertakan niat ibadah, tidak menjual makanan berbahaya (haram), selalu berdoa dan bersedekah, (2) keseimbangan (*‘adl*) diwujudkan para pedagang dengan tidak melakukan kecurangan dalam menakar makanan, mendahulukan pembeli sesuai antrian, dan menetapkan harga yang sama terhadap semua pembeli, (3) kehendak bebas (*ikhtiyār*) diwujudkan dengan memberi kebebasan kepada pedagang lain untuk berjualan di tempat yang sama, dan memberi kebebasan kepada pembeli untuk memilih makanan sesuai dengan keinginannya, (4) tanggung Jawab (*fard*) terlihat dari sikap jujur kepada pembeli, selalu memenuhi pesanan pembeli, tidak mengobral sumpah, serta mengganti barang (makanan) jika terdapat kekurangan/ketidaklayakan, dan (5) kebajikan (*iḥsān*) dilihat dari sikap ramah dan melayani pembeli, menjaga hubungan baik dengan pembeli, memberikan tenggang waktu pembayaran, memberi tambahan bonus atau diskon harga, dan menerima kekurangan uang pembayaran. Namun, ada sebagian pedagang yang belum sepenuhnya menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam kegiatannya jual belinya, seperti lalai dalam menjalankan ibadah shalat wajib, tidak menjaga kebersihan makanan, tidak bersikap ramah kepada pembeli dan tidak memberikan waktu tenggang waktu pembayaran. Artikel ini berhasil diselesaikan berkat kegiatan pelatihan yang buat oleh KNKS.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Kamal. (2007). *Berbisnis dengan Cara Rasul*, Bandung: Jembar.
- Alma, Buchari. (1994). *Ajaran Islam dalam Berbisnis*, Bandung: Al-Fabeta.
- Amalia, Fitri. (2013). “Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil”, *Al-Iqtishad*, Vol. 6, No. 1.
- Arifin, Johan. (2009). *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press.
- Aziz, Abdul. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: Alfabeta.
- Cahyono, Heru. (2020). Konsep Pasar Syariah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, *Jurnal Perbankan Syariah Jurnal EcoBankers*, Vol.1 No.2.
- Djakfar, Muhammad. (2008). *Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis*, Malang: UIN-Malang Press.
- Farma, Junia dan Khairil Umuri. (2020). Implementasi Etika Bisnis Islam dan Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful, *Jurnal Cakrawala, Jurnal Studi Islam*, Vol. 15, No. 1.
- Hasan, ALi. (2009). *Manajemen Bisnis Syari’ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ibrahim, Azharyah and Nor ‘Azzah Kamri. (2014). “Measuring The Islamic Work Ethics: An Alternative Approach,” dalam Nor ‘Azzah Kamri, dkk., *Qur’anic Work Ethics*, *Journal of Usuluddin* 40.
- Issa Beekun, Rafik. (1997). *Islamic Business Ethics*, Herndon, Virginia: International Institute of Islamic Thought; Aman Pubns.
- Karishma W, Yogiswara dan Tika Widiastuti. (2017). “Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan Bisnis di Pesantren Mukmin Mandiri” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 4 No. 6.
- Lukman Fauroni, R (2006). *Etika Bisnis dalam al-Quran*, Yogyakarta: Pustaka Pesantren.

- M. Al-Groud, Latif dan Mervyn K. Lewis. (2001). *Perbankan Syariah*, Jakarta: PT.Serambi Ilme Semesta.
- Muhammmad. (2004). *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan.
- Muhammad dan Alimin. (2004). *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE..
- Muhammad dan Lukman Fauroni. (2002). *Visi al-Qur'an: tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta; Salemba Diniyah.
- Musa, Kamil. (2006). *Ensiklopedi Halal Haram dalam Makanan dan Minuman*, Solo: Ziyad Visi Media.
- Musa Muzayin, Alwi. (2018). Perilaku Pedagang Muslim dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Kediri). *Jurnal Qawanin*, Vol. 2, No.1,
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Ekonisia.
- Nawab Haider Naqvi, Syed. (2003). *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Nawatmi, Sri. (2010). "Etika Bisnis dalam Perspektif Islam" *Fokus Ekonomi (FE)*, Vol. 9, No. 1.
- Ramadhan, Sri. (2016). "Ruh Harga Psikologis terhadap Etika Bisnis", *Maqdis (Jurnal Kajian Ekonomi Islam)*, Vol. 1, No.1.
- Suyanto, M. (2008). *Muhammad Business Strategy and Ethics: Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad Saw.*, Yogyakarta: Andi.
- Syafrudin, dkk. (2018). "Pemasaran Produk Distributor Outlet dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam", *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* , Vol. 3, No. 2.
- Sony Keraf, A (1998). *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius.
- Qardhawi, Yusuf. (1993). *Norma-norma Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press.