

Robust

Research Business and Economics Studies

journal homepage: <http://ejournal.iainkendari.ac.id/robust>

Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan

Miftahur Rahman¹ Hakim, Lestari Daswan² dan Munadi Idris³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kendari

Email : miftahurrh@iainkendari.ac.id, lestariidaswan@iainkendari.ac.id,
munadi_idris@iainkendari.ac.id,

ARTICLE INFO

Received 11 Juli 2021

1st Received in revised form 12

Agustus 2022

2st Received in revised form 05

September 2022

3nd Received in revised form 17

Oktober 2022

Available online 31 Oktober 2022

Keywords:

Islamic business ethics, buying, and selling, descriptive analysis

ABSTRACT

The research entitled "Application of Islamic Business Ethics to Batik Traders in Setono Batik Wholesale Market, Pekalongan" seeks to find out how to understand Islamic business ethics and implement Islamic business ethics batik traders in Setono Batik Wholesale Market, Pekalongan.

The type of research used is field research with qualitative methods carried out by descriptive analysis. Furthermore, the research approach used includes normative theological, sociological, and phenomenological approaches. With data sources divided into two, namely primary data and secondary data, for primary data sources obtained through traders and/or buyers, secondary data sources obtained from various literature relevant to the research discussion. Data collection methods include observation, interviews, and documentation; then, the collected data is analyzed through data reduction, data singling, and then concluding.

The research results, first that most batik traders in the Setono wholesale market have understood Islamic business ethics as exemplified by the Prophet Muhammad in trading. However, some do not know about business ethics. There are still those who do not understand Islamic business ethics. The informants' lack of understanding, namely the term

business ethics is the concept of theory, especially for low-educated informants. Second, the application of Islamic business ethics, as exemplified by Rasullullah SAW, namely Siddiq, Amanah, Fathanah, and Tabliq, has been implemented and applied by most batik traders in the Setono wholesale market. Some traders are reluctant to use Islamic business ethics because they are already accustomed to a trading system that is only concerned with a profit or world profits without seeking blessings and the afterlife from doing business.

1. Pendahuluan

Muamalah merupakan cabang ilmu Syari'ah dalam cakupan ilmu fiqih. Muamalah mencakup dua aspek, yakni aspek adabiyah dan madaniyah. Aspek adabiyah yakni kegiatan yang berhubungan dengan adab dan akhlak, contohnya menghargai sesama, kejujuran, saling meridhoi, kesopanan, dan sebagainya. Sedangkan aspek madaniyah adalah aspek yang berhubungan dengan kebendaan, seperti halal haram, syubhat, kemudharatan, dan lainnya.

Kegiatan muamalah mempengaruhi kehidupan manusia, baik secara individu, sosial, regional, nasional bahkan tingkat internasional. Kesungguhan dan ketekunan para pelaku muamalah yaitu bisnis mempengaruhi kesuksesan serta kemajuan suatu bisnis. Menurut Mustaq Ahmad perilaku bisnis yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan implementasinya tidak saja baik terhadap sesama manusia, tetapi juga mendekatkan kita kepada Allah SWT (Barus, 2016). Menurut M. Qurais Shihab (1997) kejujuran, keramahtamahan, penawaran yang jujur, pelanggan yang tidak sanggup menjawab diberi waktu, penjual hendaknya tidak memaksa pembeli dan tidak bersumpah dalam menjual, tegas dan adil dalam timbangan dan takaran, tidak dibenarkan monopoli, tidak dibenarkan adanya harga komoditi yang boleh dibatasi dan kesukarelaan.

Penerapan etika bisnis Islam dalam berdagang dapat dikatakan sangatlah penting. Organisasi bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil dan objektif, selain itu juga tidak curang, tidak khianat serta dapat menghindari sifat-sifat tercela lainnya. Sehingga, keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan yakni antara penjual dan pembeli terpenuhi kebutuhannya (Hasan Aedy, 2011).

Realitas bisnis menunjukkan bahwa sebagian pelaku bisnis mulai mengabaikan etika prinsip moralitas dalam aktivitas bisnisnya. Dalam ekonomi konvensional, bisnis merupakan aktivitas ekonomi yang bertujuan hanya mencari keuntungan semata. Berbeda dengan sistem Islam, yang selain mencari keuntungan juga mencari kemaslahatan bahkan dengan tujuan akhir mencapai fallah.

Berdasarkan fenomena tersebut, lumrah jika hukum konvensional mengarahkan pebisnis untuk mengeluarkan modal sekecil-kecilnya dan memperoleh untung yang sebesar-besarnya. Sebagian perusahaan kecil maupun besar, tidak memprioritaskan kemaslahatan, mengabaikan tanggung jawab sosial, dampak lingkungan, kompetisi yang tidak fair, etika kemanusiaan, dan moralitas dalam berdagang dan lain-lainnya. Oleh karena itu, dalam implementasi bisnis harus bisa menggunakan etika bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai moralitas yaitu etika bisnis Islam.

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Pekalongan. Kota yang mendapat julukan *World's City of Batik* atau kota batik dunia. Banyak masyarakat Pekalongan yang menjual dan

memproduksi batik salah satunya di Pasar Grosir Batik Setono. Pasar ini merupakan pusat penjualan baik grosir atau eceran Batik, Textile, Kain Tenun, Konveksi, dan berbagai macam produk kerajinan dari Pekalongan dan sekitarnya. Pasar ini terletak di Jl. Dr. Sutomo no. 1-2, Karangmalang, Pekalongan Timur, Kota Pekalongan. Jalur untuk menuju Pasar Grosir Batik Setono sangat mudah karena letaknya yang sangat strategis yaitu di tepi jalan raya Pantura Jakarta-Semarang-Surabaya dan berada tepat di pintu keluar/ exit tol Trans Jawa.

Sebagai pusat perbelanjaan batik yang sudah terkenal, implementasi dari penerapan etika bisnis Islam pada pedagang batik di rasa sangat diperlukan. Sehingga penelitian ini berjudul, “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Batik di Pasar Grosir Batik Setono Pekalongan”.

2. Tinjauan Pustaka

a. *State of the Art*

Dalam penelitian ini disertakan beberapa jurnal penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan konsep etika bisnis Islam. Artikel/Jurnal tersebut antara lain:

Irma Fatimah Maskur Putri, dkk (Fatimah, Putri, Hayatudin, & Yunus, 2019), dalam penelitiannya berjudul “Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Susu Murni di KUD Puspa Mekar Cihideung Lembang Jawa Barat Desa” bahwa menurut Hukum Islam jual beli antara KUD Puspa Mekar dan peternak sah karena syarat dan rukun yang terpenuhi. Tetapi, dalam Etika bisnis Islam dan penentuan harga dalam Islam, sistem pembelian yang dilakukan KUD kepada peternak tidak sesuai. Karena didalam jual beli terdapat penentuan harga beli yang dilakukan oleh KUD. Sedangkan, penentuan harga yang baik dalam jual beli tidak boleh mengikat. Dalam penentuan harga haruslah bersifat suka sama suka.

Menurut Dahruji dan Arif Rachman (Dahruji & Eka Permata, 2017), “Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Tinjauan Teoritik Dan Empiris Di Indonesia”, secara teoritik konsep etika dalam bisnis secara perspektif ekonomi Islam jika dilihat memiliki karakteristik yang kuat dan positif jika dilakukan, selain itu tuntunan yang diberikan untuk menjadi seorang pengusaha yang baik sudah jelas adanya dan bersumber langsung dari Al-Qur’an dan Al-Hadist. Dalam praktek empirisnya beberapa penelitian tentang penerapan etika bisnis dalam bisnis sudah sesuai dan baik, dampaknya terhadap usahanya pun baik. Jadi etika bisnis Islam sudah teruji dan membawa kemaslahatan jika diterapkan dengan baik.

Leli Rosiyana dan Zainul Arifin (Rosiyana, Arifin, & Sunarti, 2017), bahwa bisnis merupakan aktivitas ekonomi yang bertujuan memperoleh keuntungan. Realitas bisnis menunjukkan ada pelaku bisnis yang mulai mengabaikan aspek moralitas dalam aktivitas bisnis. Pelaku bisnis yang profesional adalah pelaku bisnis yang memperhatikan aspek moralitas dalam setiap aktivitasnya, sebagai acuan dalam menentukan tujuan dan tindakan yang etis, serta menjadi bentuk kepedulian terhadap hak-hak individu. Setiap aktivitas bisnis tidak boleh mengesampingkan aspek moralitas, etika bisnis yang bermoral erat kaitannya dengan etika bisnis yang dijelaskan dalam agama.

Am. M. Hafidz Ms, dkk (MS., Sya’roni, & *, 2013), dalam studinya bahwa etika bisnis yang dikonstruksi oleh al-Ghazali dan Smith dalam dataran praksis memang tidak jauh berbeda. Etika bisnis yang mereka bangun didasarkan pada nilai-nilai *humanity* yang bersifat universal. Konstruksi etika bisnis al-Ghazali dibangun di atas prinsip-prinsip antara lain: niat yang baik orientasi dunia dan akhirat, kejujuran, keseimbangan kepentingan pribadi dan sosial, dan proper behaviour/ihsan. Sedangkan konstruksi etika bisnis yang dibangun oleh Smith, didasarkan pada *fairness*, *altruisme*, *justice* dan *liberal* (kebebasan ekonomi).

Beberapa karya ilmiah dan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, terdapat relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, namun berbagai tulisan tersebut memiliki ciri khas dan fokus masing-masing yang berbeda dengan penelitian ini. Dalam riset ini, peneliti secara signifikan lebih menfokuskan pada penerapan etika bisnis Islam berupa

siddiq, amanah, fathanah dan tabligh Pada pedagang batik yaitu pedagang yang menjual segala jenis batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan.

Kerangka Teori

Etika Bisnis Islam

Etika bisnis dalam Islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (akhlaq al-Islam iyah) yang dipadukan pada nilai-nilai syariah dengan mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larang-Nya. Dalam Islam etika bisnis ini sudah banyak dibahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah Al-Qur'an dan hadits. Pelaku-pelaku bisnis harus bertindak sesuai kaidah etis dalam berbagai aktivitasnya dengan menjalankan prinsip kepercayaan, keadilan dan kejujuran yang menjadi elemen pokok dalam mencapai kesuksesan suatu bisnis di kemudian hari. (Amalia, 2013)

Macam-macam etika bisnis Islam

Rasulullah SAW memiliki empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Rasulullah dan sangat dikenal dikalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis sifat-sifat tersebut di antaranya:

a) Siddiq (Jujur/Benar)

Jujur nilai dasarnya ialah intergritas, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat urgen dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiktif dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Selalu bersikap jujur maka akan dicatat oleh Allah sebagai seorang yang jujur sebagaimana Rasulullah saw bersabda: “Sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan. Dan kebaikan akan mengantarkan ke dalam surga. Seseorang yang selalu berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai orang jujur. Dan jauhilah oleh kamu sekalian dusta, karena dusta itu akan mengantarkan kepada kejahatan. Dan kejahatan akan mengantarkan ke dalam neraka. Seseorang yang selalu berdusta akan dicatat oleh Allah sebagai pendusta”. (HR. Bukhari).

b) Amanah (Terpercaya)

Sikap amanah ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan dan tepat waktu sikap ini juga sangat dianjurkan dalam aktifitas bisnis, kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut amanah (terpercaya). Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain. (Yusuf Qardhawi).

c) Fatanah (cerdas)

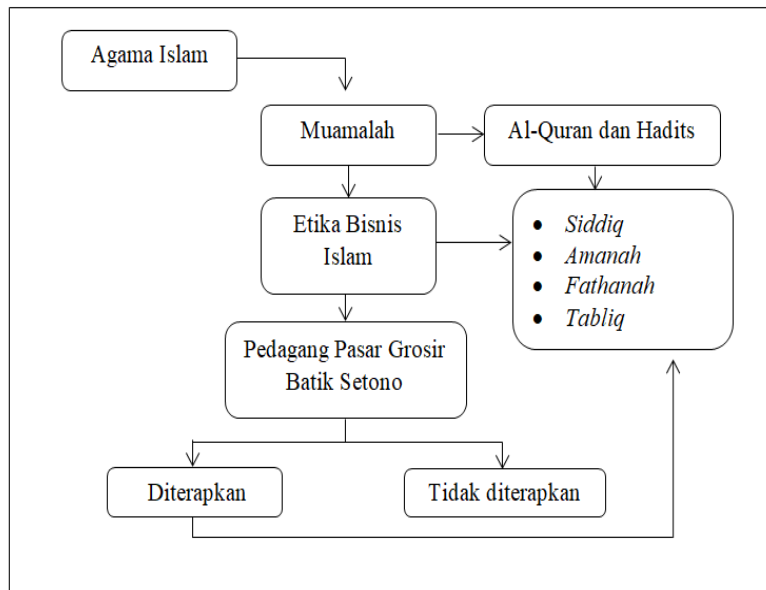
Fatanah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, fatanah dapat juga diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan. (Darussalam, 2011)

Sifat fatanah dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan, akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia. Kecerdasan yang dimaksudkan di sini bukan hanya kecerdasan intelektual tapi juga kecerdasan emosional dan kecerdasan spritual seperti yang dikatakan Ary Ginanjar yaitu' kemampuan untuk memberi makna ibadah terhadap setiap perilaku kegiatan, melalui langkah-langkah dan pemikiran yang bersifat fitrah, menuju manusia seutuhnya (banif) dan memiliki pola pemikiran tauhid (integralistik) serta berprinsip hanya karena Allah.

d) Tabligh (Komunitatif-Promotif)

Sifat tabligh nilai dasarnya ialah komunikatif dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, koordinasi dan ada supervisi, tabligh artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat tabligh harus komunikatif dan argumentatif. (Darussalam, 2011)

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pemahaman Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Batik Di Pasar Batik Setono

Perdagangan mempunyai peranan yang penting dalam memperoleh harta. Perdagangan jelas lebih baik dari pada pertanian dan pekerjaan lainnya. seperti kita ketahui bersama bahwa sejarah menyaksikan bagaimana masyarakat memperoleh kemakmuran dan bagaimana bangsa-bangsa mendapatkan keberuntungan serta kebesaran melalui perdagangan. Islam mengakui peranan perdagangan untuk mendapatkan keberuntungan dan kebesaran. Namun Islam membatasi cara mendapatkan keuntungan dan kebesaran tersebut dengan tidak melakukan kezaliman terhadap sesama terutama dalam berbisnis yang harus dilakukan dengan suka sama suka sebagai mana firman Allah, QS an-Nisa/4:29

Terjemahnya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Ayat ini menjelaskan bahwa orang yang beriman dilarang untuk memakan harta dengan cara yang batil, melainkan dalam proses jual beli transaksi yang dilakukan harus sama-sama suka atau saling ridha,. Dan salah satu kondisi yang harus dihilangkan dalam menciptakan sikap saling ridha adalah terbebasnya transaksi jual beli dari proses penipuan.

Dalam hal ini Bapak Abdul Mujib dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Iya kalau saya itu yang penting saya jujur dan pembelinya biar sama-sama enak jadi konsekuensinya jelas, misal kita sebagai pedagang kita harus jujur apa adanya.” (wawancara, 2020)

Selanjutnya terkadang proses penipuan dapat memberikan keridhaan kepada salah satu pihak karena ketidaktahuannya.

Sebagaimana terungkap dari Ibu Khusnul Khotimah, selaku pembeli, dalam keterangan hasil wawancara oleh peneliti mengatakan bahwa:

“Saya selalu percaya saja dengan pedagang, tapi memang mereka selalu menghitung jumlah barang itu didepan saya dan saya pun ikut menghitung jumlahnya. Kalau misal pemesanan untuk diantar paket pun misal jumlahnya kurang dan saya konfirmasi ke pedagang itupun selalu dikirim kembali jumlah yang kurang itu.” (wawancara, 2020)

Selanjutnya dapat disimpulkan bahwa berlaku adil dan jujur kepada siapa saja khususnya sesama kaum muslim harus kita terapkan. Ini menunjukkan bahwa pihak penjual dan pembeli harus sama-sama merestui baik dalam proses jual beli maupun hal-hal yang mempengaruhinya seperti kualitas dan kuantitas maupun harga barang karena bagaimanapun keridhaan dalam bentuk sepihak itu tidak dibenarkan oleh ajaran Islam.

Tabel 1. Pemahaman Pedagang Barik tentang Etika Bisnis

Jawaban	Nilai	%
Ya	31	73,8
Tidak	2	4,8
Mungkin	9	21,4
Total	42	100

Sumber : data diolah excel, 2020

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 42 orang atau 73,8% informan faham tentang etika bisnis, sebanyak 9 orang atau 21,4% informan kurang faham tentang etika bisnis dan sebanyak 2 orang atau 4,8% informan tidak paham tentang etika bisnis. Dengan demikian Berdasarkan diagram tersebut, maka dapat diketahui bahwa sebanyak 73,8% informan memahami apa yang dimaksud dengan etika bisnis, akan tetapi masih ada yang tidak mengetahui tentang etika bisnis dan masih ada yang kurang paham tentang etika bisnis.

Ketidakfahaman informan tentang etika bisnis karena istilah etika bisnis, itulah yang menjadi asing dari sebagian informan yang memang sebelumnya mereka belum mendengar ataupun mendapatkan dari informasi tentang hal tersebut, di karenakan keterbatasan pengetahuan mengingat bahwa mereka yang tidak paham etika bisnis secara teori tersebut berpendidikan rendah. Selanjutnya etika bisnis dalam berdagang sangat penting untuk dipahami dan diterapkan khususnya oleh para pedagang batik yang ada di Pasar Grosir Setono, karena berdagang tanpa etika dapat merugikan pembeli dan pedagang, begitu juga sebaliknya dengan memahami dan menerapkan etika bisnis dalam berdagang bisa jadi akan membawa pelaku bisnisnya meraup keuntungan yang lebih besar dan mendapat kesuksesan dalam berdagang.

Hal ini seperti terungkap dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu pedagang batik di Pasar Grosir Setono yaitu Ibu Arum dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

“Keuntungannya dalam segi etika ya akhirnya balik lagi kesini. Soalnya kan suka ada pembeli yang bandingin, mba aku beli disana orannya ndak ramah, kan pembeli juga kurang puas juga, ya sebisa mungkin sopan, jujur sama pembeli” (wawancara, 2020)

Sikap jujur dapat pula dikatakan sebagai mata uang yang paling berharga bagi seorang pebisnis karena dapat mendatangkan keberuntungan dan keberkahan sehingga bisnis pada akhirnya dapat terus eksis dan berkembang terlebih lagi keberkahannya. Oleh karenanya mengetahui dan memahami etika bisnis dalam berdagang sangatlah penting agar tercipta persaingan yang sehat dikalangan pedagang. Dan demi keberlangsungan aktifitas bisnis dalam jangka yang lebih waktu panjang. Islam tidak hanya menjadikan aktifitas bisnis sebagai keuntungan dunia saja. Islam juga memberikan porsi yang sama untuk mendapatkan keuntungan akherat melalui aktifitas bisnis.

Sebagai seorang muslim yang berkecimpung dalam dunia bisnis merupakan sebuah peluang untuk senantiasa mendapatkan keuntungan dunia dan akherat dengan cara memahami dan menerapkan etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah saw., kedalam aktifitas perdagangan. Dengan cara mayakinkan diri bahwa segala rutinitas pekerjaan bernilai ibadah termasuk dalam aktifitas perdagangan.

Hal ini telah di sadari oleh para pedagang batik yang ada di Pasar Grosir Setono bahwa aktifitas bisnis bukan hanya sekedar mencari keuntungan semata tatapi merupakan bagian dari ibadah, dalam hal ini Bapak Abdul Mujib seperti terungkap dari hasil keterangan wawancara peneliti mengatakan bahwa:

Iya tahu kalau berdagang itu ibadah, apalagi saya untuk mencari nafkah

Berikut hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Arum terkait dengan bisnis apakah bernilai ibadah dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

"Menurut saya berdagang itu bekerja, kerja itu ibadah" (wawancara, 2020)

Berdasarkan dari keterangan di atas dapat dipahami bahwa segala sesuatu yang kita lakukan bernilai ibadah apabila dilakukan dengan ikhlas dan niat. Dengan demikian niatkanlah bahwa perdagangan itu adalah ibadah dengan senantiasa memberi kemudahan kepada para pembeli yang membutuhkan barang.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah diperoleh dilapangan yang telah dipaparkan dan dijelaskan yang berkaitan dengan pemahaman etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah, pada pedagang batik di Pasar Grosir Setono. Maka dapat disimpulkan Bahwa; pedagang batik sangat perlu dan penting mengetahui serta memahami etika bisnis dalam berdagang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hampir semua pedagang batik di Pasar Grosir Setono telah mengetahui dan memahami etika bisnis dalam berdagang.

Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Batik Di Pasar Grosir Batik Setono

1. Siddiq

Siddiq atau jujur merupakan sikap yang paling utama untuk dijadikan pondasi dalam sebuah hubungan seperti dalam berbisnis. Misalnya dalam perdagangan, yang mana sebagai pedagang ia harus jujur untuk menunjang kelangsungan dagangnya. Hal itu bisa dilakukan dengan banyak cara, misalnya dengan memperlihatkan kepada pembeli saat menimbang, menjelaskan keadaan barang yang akan dijual,serta tidak menimbun barang dagangan. menjadi pedagang yang jujur adalah Sifat mulia yang telah dicontohkan oleh Rasulullah Saw.

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّدِيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Pedagang yang jujur kedudukannya sama dengan para nabi,orang yang benar, dan mereka yang syahid." H.R. Tirmidzi.

Tanggapan informan tentang memperlihatkan cara menimbang barang menunjukkan bahwa dari 42 informan, sebanyak 29 atau 69% orang informan menyatakan pedagang batik pernah memperlihatkan cara menimbang barang kepada konsumen. Sebanyak 11 orang atau 26% informan menyatakan bahwa kadang-kadang saja mereka memperlihatkan cara menimbangnyanya kepada pelanggan. Dan 2 informan lain atau 5% menyatakan tidak. Dengan demikian, peneliti memberikan kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang batik terkait dengan kejujuran dalam proses jual beli telah memadai dan dapat dikategorikan pernah atau menerapkan lebih dari separo hingga mencapai 69%.

Hal tersebut di atas diperkuat oleh seorang pedagang batik yang ada di pasar batik Setono. Ibu Arum dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

"Dalam menunjukkan timbangan tetap dilakukan, biar tidak ada kesalahan nanti jika barang sampe tujuan, jika ada salah entah itu dari sini atau apa kan pedagang jadi susah sendiri, jadi saya ngitung pembelinya juga ikut ngitung lagi." (wawancara, 2020)

Senada diungkapkan pula oleh bapak Abdul Mujib dalam keterangan hasil wawancara oleh peneliti mengatakan bahwa:

" iya mbak pasti saya hitung ulang kepada pembeli. Biasanya satu Iket itu 10 pcs. Kalo mereka belinya banyak saya suruh ngitung ulang sendiri biar sama-sama enak. Saya ngitung sana juga ngitung." (wawancara, 2020)

Selanjutnya Khusnul khatimah selaku pembeli membenarkan dalam keterangan hasil wawancara peneliti mengatakan bahwa:

"Saya selalu percaya saja dengan pedagang, tapi memang mereka selalu menghitung jumlah barang itu didepan saya dan saya pun ikut menghitung jumlahnya. Kalau misal pemesanan untuk diantar paket pun misal jumlahnya kurang dan saya konfirmasi ke pedagang itupun selalu dikirim kembali jumlah yang kurang itu."

Kemudian ada sebagian pedagang yang kadangkala memperlihatkan timbangannya kepada pembeli. Hal itu seperti yang dikatakan oleh ibu Khusnul dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

"Kebanyakan pembeli saya itu yang beli buat pribadi si ya mba jadi ya belinya juga dalam jumlah kecil dan juga saya ada yang dijual secara online jadi tidak pernah melihat secara langsung. Insya Allah selama ini belum ada komplain mengenai jumlah barang yang salah." (wawancara, 2020)

Ketika seorang pedagang yang memperlihatkan timbangannya kepada pembeli tentunya mereka juga harus menyempurnakan takaran jual beli tersebut.

Tanggapan informan Tentang apakah menyempurnakan takaran/timbangan barang dalam berdagang.

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase %
Ya	30	71
Kadang-kadang	8	19
Tidak	4	10
Total	42	100

Sumber: data diolah excel, 2020

Tabel di atas, menunjukkan bahwa pertanyaan yang penulis haturkan kepada informan/pedagang yaitu apakah anda menyempurnakan takaran/timbangan dalam berdagang. dijelaskan bahwa dari 42 informan,30 orang atau 71% informan menyatakan bahwa pedagang sembako iya menyempurnakan takaran/timbangan dalam berdagang. Sebanyak 8 orang atau 19% informan menyatakan bahwa kadang-kadang saja mereka menyempurnakan takaran/timbangan dalam berdagang. Dan sisanya 4 orang atau 10% menyatakan bahwa dirinya tidak menyempurnakan takaran/timbangan kepada konsumen dalam proses perdagangan. Dengan demikian, peneliti memberikan kesimpulan bahwa sebagian besar pedagang telah memadai dalam menerapkan etika bisnis kejujuran ini.

Berbicara masalah timbangan atau takaran sebagian besar pedagang disini tidak melakukan kecurangan dalam hal harga maupun jumlah barang yang diperdagangkan, seperti yang dikatakan oleh ibu Arum bahwa:

"Mungkin bukan curang ya. disini itu kan sistemnya ada harga ecer ada harga grosir. Jadi seumpunya saya lagi melayani pedagang yang beli banyak banget salah satu ada pembeli ecer akhirnya kan ibu itu tak ketik mba, harganya kan beda seumpama yang ecer harga 60, yang grosir hrge 50 kan tetp beda. Paling gitu aja si kalau misal unuk yang lain insya Allah tidak ya. Kalo belinya banyak nanti saya ngitung dan sana juga ngitung,malah kadang yang udah jadi pelanggan saya kasih bonus biasanya kelebihan baju yang dibeli." (wawancara, 2020)

Hal itu diperkuat oleh seorang pelanggan dari Jepara ibu sahara yang sudah lama menjadi pelanggan kemudian ia memasarkan produk batik kembali

"Ia biasanya dikasih tau mbak apalagi saya sudah menjadi pelanggan tetap dan saya datang dari jauh-jauh buat belanja batik terus dijual lagi. Rasanya kalo dapat barang yang cacat iya kecewa pasti tapi nanti bisa ditukar kembali disini." (wawancara, 2020)

"saya jelaskan mbak, biasanya sebelum dikirim saya cek ulang nanti yang cacat kita pisahin barangnya dan barang yang cacat itu ada yang nyari sendiri, kusal kalo barang utuh 60k iya mereka nawar 25k saya santai2 saja lha wong iku barang BS alias cacat." (wawancara, 2020)

2. Amanah

Tanggapan informan Tentang apakah pernah menjelaskan kepada pelanggan mengenai cacat barang yang akan dijual.

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase %
Ya	36	86
Kadang-kadang	5	12
Tidak	1	2
Total	42	100

Sumber: data diolah excel, 2020

Berdasarkan dari tabel di atas, menunjukkan bahwa pertanyaan yang penulis haturkan kepada informan/pedagang yaitu apakah pernah menjelaskan kepada pelanggan mengenai cacat barang yang akan di jual, dijelaskan bahwa dari 42 informan, sebanyak 36 informan atau 86% orang informan menyatakan bahwa pedagang batik pernah menjelaskan cacat barang yang akan di jual kepada pelanggan. Kemudian 5 atau 12% menyatakan kadang-kadang dan 1 orang informan mengatakan bahwa dirinya tidak pernah menjelaskan cacat barang yang akan di jual kepada pelanggan. Dengan demikian, peneliti memberikan kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang batik terkait dengan sikap amanah dalam proses jual beli telah memadai dan dapat dikategorikan iya pernah atau menerapkan.

Sebagaimana bapak H. Abdul dalam wawancaranya kepada peneliti mengatakan bahwa:

"saya jelaskan mbak, biasanya sebelum dikirim saya cek ulang nanti yang cacat kita pisahin barangnya dan barang yang cacat itu ada yang nyari sendiri, kusal kalo barang utuh 60k iya mereka nawar 25k saya santai2 saja lha wong iku barang BS alias cacat." (wawancara, 2020)

Hal itu diperkuat oleh seorang pelanggan dari Jepara ibu sahara yang sudah lama menjadi pelanggan kemudian ia memasarkan produk batik kembali

"Ia biasanya dikasih tau mbak apalagi saya sudah menjadi pelanggan tetap dan saya datang dari jauh-jauh buat belanja batik terus dijual lagi. Rasanya kalo dapat barang yang cacat iya kecewa pasti tapi nanti bisa ditukar kembali disini." (wawancara, 2020)

Tanggapan informan Tentang apakah pernah melakukan praktek riba.

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase %
Ya	2	5
Kadang-kadang	5	12
Tidak	35	83
Total	42	100

Sumber : data diolah excel, 2020

Berdasarkan dari tabel di atas, menunjukkan bahwa pertanyaan yang penulis haturkan kepada informan/pedagang yaitu apakah anda pernah melakukan praktek riba. dijelaskan

bahwa dari 42informan, 2 orang atau 5% informan menyatakan bahwa pedagang batik pernah melakukan praktek riba. Sebanyak 5 orang atau 12% informan menyatakan bahwa kadang-kadang melakukan praktek riba. Dan sebanyak 35 informan atau 83% yang menyatakan bahwa dirinya tidak pernah melakukan praktek riba dalam berdagang. Dengan demikian, peneliti memberikan kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang sembako terkait dengan sikap amanah dalam proses jual beli telah memadai dan dapat dikategorikan hampir tidak ada yang pernah melakukan .

Sebagaimana pendapat ibu Arum dalam wawancaranya dengan peneliti mengatakan bahwa :

"Rata-rata disini ndak si ya soalnya barangnya juga rata-rata sama. Paling kalaupun beda Cuma 5 ribu 10 ribu. Kalo mau ambil lebih itukan tidak memungkinkan mbak dan pembeli disini juga kebanyakan sudah jadi pelanggan jadi mereka sudah tahu tentang kualitas bagus tidaknya barang, jadi kalo dijual dengan harga lebih itu ya ketahuan sekali." (wawancara, 2020)

Hal yang sama juga dikatakan oleh ibu sahara bahwa:

"Iya menurut saya kalo mau melakukan riba disini tidak bisa ya mbak. Dan saya belum pernah menemukan penjual yang melakukan riba karena saya lihat disini harganya disama ratakan, kalaupun beda ya paling 5 ribuan tidak lebih. Tinggal sepintar-pintarnya pembeli saja sih tau kualitas nya apa tidak, kalo enggak ya bisa saja dibodohi." (wawancara, 2020)

Tanggapan informan Tentang apakah mereka pernah melanggar janji dalam berdagang.

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase %
Ya	4	10
Kadang-kadang	6	14
Tidak	32	76
Total	42	100

Sumber : data diolah excel, 2020

Tabel di atas, menunjukkan bahwa pertanyaan yang penulis haturkan kepada informan/pedagang yaitu apakah anda pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang. dijelaskan bahwa dari 42 informan, 4 orang atau 10% informan menyatakan bahwa Ya pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang. Sebanyak 6 orang atau 14% informan menyatakan bahwa kadang-kadang saja mereka melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang. Dan sebanyak 32 orang atau 76% informan yang menyatakan bahwa dirinya tidak pernah melanggar janji kepada pelanggan dalam berdagang. Dengan demikian, peneliti memberikan kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang batik terkait dengan sikap amanah dalam proses jual beli telah memadai dan sebagian pedagang batik tidak melanggar janji hingga mencapai 76%. Namun terdapat pula pedagang yang kadang-kadang mereka masih melanggar perjanjian terhadap pelanggan hingga mencapai 24%. Dengan asumsi bahwa mereka terpaksa melanggar perjanjian tersebut karena situasi.

Seperti yang dikatakan bapak Abdul Mujib dalam wawancaranya bahwa:

"itu bukan dari janji ya, biasanya dari tenaga kerjanya. Saya pernah janji sama balok setengah bulan, biasanya seminggu 100kodi eh ndilalah ada tenaga kerja yang sakit, jadi manten, listrik mati, iya itu kan pokok e tergantung situasi dan kondisi saja mbak. Pokoknya saya bilang insya Allah sama bakol e soalnya itu juga ada campur tangan Tuhan juga"(wawancara, 2020)

Tanggapan informan Tentang menimbun barang dalam berdagang.

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase %
Ya	5	12
Kadang-kadang	7	17

Tidak	30	71
Total	42	100

Sumber : data diolah excel, 2020

Berdasarkan tabel diatas tentang pertanyaan yang peneliti haturkan apakah Anda pernah menimbun barang dagangan, dari 42 informan 5 orang atau 12% menyatakan iya pernah, kemudian 7 orang atau 17% informan menyatakan kadang-kadang dan 30 orang atau 71% menyatakan tidak. Dengan demikian maka peneliti menyatakan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang batik terkait dengan menimbun barang dagangan sudah sangat memadai dan diterapkan.

Sebagaimana pendapat ibu Najwa dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

"Iya kalo dibidang menimbun mungkin sebagian besar pedagang batik disini itu nimbun mbak, nimbun disini dalam artian nyetok. Kalo gak nyetok gimana? Karena tidak mungkin barangnya akan Habis terjual dalam waktu singkat, disini kita sebagai pedagang batik dan kebanyakan yang dijual itu dalam bentuk pakaian apalagi sekarang dizaman modern yang memang mau tidak mau harus mengikuti perkembangan model, kalo tidak begitu hasil penjualannya bisa berkurang. Banyaknya model-model pakaian yang dibuat itu kan kemungkinan ada yang dari model lama belum terjual bisa saja ditimbun atau dijual dengan harga murah." (wawancara, 2020)

Tanggapan informan Tentang memonopoli barang dalam berdagang.

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase %
Ya	3	7
Kadang-kadang	3	7
Tidak	36	86
Total	42	100

Sumber : data diolah excel, 2020

Berdasarkan tabel diatas Tentang pertanyaan peneliti haturkan kepada pedagang apakah Anda pernah memonopoli barang dagangan. Sebanyak 42 informan, 3 orang atau 7% mengatakan iya pernah memonopoli barang dagangan, 3 orang atau 7% mengatakan kadang-kadang dan 36 orang atau 86% mengatakan tidak. Dengan demikian peneliti menyatakan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang batik terkait dengan memonopoli barang dagangan sudah sangat memadai dan diterapkan..

Sebagaimana yang di haturkan oleh ibu Arum dalam wawancaranya kepada peneliti mengatakan bahwa :

"Wah kalo dikatakan memonopoli barang dagangan disini tidak bisa yaa mbak soalnya kan semua pedagang disini penjual batik semua iya jadi tidak dikatakan begitu." (wawancara, 2020)

Hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Najwa bahwa:

" Kalo untuk monopoli barang sendiri iya gimana ya mbak, disini kan semuanya penjual batik jadi ya tidak bisa dikatakan begitu. Kalaupun toh misal mau memonopoli itu yaa susah mbak, yang mau dimonopoli apanya. Sekarang ini zaman sudah modern banyak model atau motif baru iya semuanya pasti tau." (wawancara, 2020)

3. Fathanah

Sifat fathanah dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan, akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia. Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat fathanah adalah bahwa segala aktifitas dalam menejemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan, memiliki sifat jujur,

benar dan bertanggungjawab saja tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional. Yang terpenting pula bahwa para pelaku bisnis 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 di masa 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.

Tanggapan informan tentang komplain barang yang rusak dari pelanggan

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase %
Ya	19	49
Kadang-kadang	11	28
Tidak	9	23
Total	39	100

Sumber : data diolah excel, 2020

Berdasarkan dari tabel di atas, menunjukkan bahwa pertanyaan yang penulis haturkan kepada informan/pedagang yaitu apakah anda pernah mendapatkan komplain terkait dengan kerusakan barang dari pelanggan. dijelaskan bahwa dari 39 informan, 19 orang atau 49% informan menyatakan bahwa pedagang batik iya pernah mendapatkan komplain dari pelanggan. Sebanyak 11 orang atau 28% informan menyatakan bahwa kadang-kadang saja mereka mendapatkan komplain dari pelanggan. Dan sebanyak 9 orang atau 23% informan menyatakan bahwa dirinya tidak pernah mendapatkan komplain dari konsumen dalam proses perdagangan. Dengan demikian, peneliti memberikan kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang batik terkait dengan fatanah dalam proses jual beli masih belum memadai dan dapat dikategorikan iya pernah mendapatkan komplain dari pelanggan hingga mencapai 49%. Namun terdapat pula pedagang yang tidak pernah mendapat komplain dari pelanggan hingga mencapai 23% dengan asumsi bahwa pedagang tersebut terlebih dahulu memberikan informasi barang yang akan dijualnya dan menjamin kualitas barang yang mereka jual kepada pelanggan.

Sebagaimana Bapak Abdul Mujib terungkap dari hasil wawancara oleh peneliti menjelaskan bahwa:

“Iya pasti, saya tunjukkan gambar-gambar dan kualitas bajunya. Saya usahakan untuk tetap jujur biar pelanggan saya tidak kecewa dan kabur juga. Saya bangun usaha ini dari nol jadi insyaAllah saya akan pertahankan sebisa saya supaya tetap berjalan”. (wawancara, 2020)

Hasil wawancara tersebut di atas memberikan gambaran bahwa terdapat pedagang batik yang ada di Pasar Grosir setono telah menerapkan sikap fathanah dengan memberikan informasi yang memadai kepada pembeli terkait dengan kualitas barang yang akan mereka jual.

Hal senada pula diungkapkan Arum pedagang batik dari wawancara oleh peneliti memberikan komentar terkait dengan komplain dari pembeli yang menyatakan bahwa:

“Pernah waktu itu muka saya dilempar sama ibu-ibu, katanya mba suamiku nggak mau. Padahal itu pilihannya sendiri saya ya juga nggak maksa kan paling merekomendasikan itu pun bukan karna rusak atau apa ya. maksud saya ya kenapa harus dilempar ke muka ngomong baik baik kan bisa. Ya saya juga memaklumi kan sikap orang beda-beda ya” (wawancara, 2020)

Menurut peneliti bahwa para pedagang mempunyai kendala dalam menerapkan sikap fathanah terutama yang berkaitan dengan selera kosumen dalam menawar barang yang

cenderung murah dan tidak jarang mendapatkan komplain terkait dengan jenis barang, kualitas dan persoalan harga.

Hasil wawancara diatas menegaskan bahwa pelanggan yang komplain tidak selalu tentang cacat barang melainkan juga bisa karena selera yang berbeda. Sikap fathanah ini sangat penting bagi pebisnis, karena sikap fathanah ini berkaitan dengan marketing, keuntungan 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. Kemampuan kecerdasan ini berkembang menjadi sistem dalam usaha. Hal ini menghantarkan usaha berkembang dan bertahan dari generasi kegenerasi. Sedangkan dalam lingkup yang lain, muncul sekolahan bisnis yang mengajarkan tentang bagaimana mengembangkan fathanah dalam keuangan, akuntansi, tata kelola usaha dan lainnya.

4. Tabligh

Sifat tabligh artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat tabligh harus komunikatif dan argumentatif. Jika merupakan seorang pemimpin dalam dunia bisnis, ia harus mampu menyampaikan visi dan misi kepada bawahan dan relasi bisnisnya dengan baik dan benar.

Tanggapan informan tentang pelayanan yang baik kepada pelanggan

Jawaban	Jumlah Responden	Persentase %
Ya	34	87
Kadang-kadang	4	11
Tidak	1	2
Total	39	100

Sumber : data diolah excel, 2020

Berdasarkan dari tabel di atas, menunjukkan bahwa pertanyaan yang penulis haturkan kepada informan/pedagang yaitu apakah anda dalam berdagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. dijelaskan bahwa dari 39 informan, 34 orang atau 87% informan menyatakan bahwa Ya mereka memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Sebanyak 4 orang atau 11% informan menyatakan bahwa kadang-kadang saja mereka memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Dan hanya satu orang atau 2% informan menyatakan bahwa dirinya tidak pernah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dalam proses perdagangan. Dengan demikian, peneliti memberikan kesimpulan bahwa penerapan etika bisnis oleh pedagang sembako terkait dengan tablikdalam proses jual beli telah memadai dan dapat dikategorikan iya mereka memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan hingga mencapai 87%. Namun terdapat pula pedagang yang hanya kadang-kadang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan hingga mencapai 11%, dan pedagang yang tidak pernah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan mencapai 2%.

Peneliti mendedikasikan bagaimana seorang pedagang memberikan pelayanan baik kepada pelanggan. Ibu Siti mengatakan bahwa:

“Saya sudah berusaha semaksimal mungkin untuk melayani pembeli ini dengan baik karna kan pembeli adalah raja ya istilahnya. Kita kan juga sama-sama menguntungkan sebenarnya itu. Jadi kalau pembeli itu senang dengan pelayanan kita saya juga senang”. (wawancara, 2020)

Pedagang memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan harus seimbang antara hak dan kewajiban, karena jika dari salah satu ini tidak terpenuhi berarti salah satunya, baik pihak pedagang maupun pembeli merasa dirugikan. Agar tidak ada yang merasa di rugikan

secara sepihak maka kedua hal tersebut, harus dipahami antara hak dan kewajiban harus seimbang, tidak boleh melakukan pemaksaan dalam berdagang.

Menurut Hermawan, bahwa jika menjadi seorang pemasar, ia harus mampu menyampaikan keunggulan produknya dengan jujur, dengan begitu maka baru ia mampu menjadi seorang komunikator yang baik, sabar dalam menghadapi pelanggan tidak mudah marah dan kecewa terutama dalam hal tawar menawar barang jika ada pelanggan yang menawar barang dagangan di bawah standar hal semacam ini sering kali dialami oleh para pedagang terutama pedagang batik sebagaimana terungkap dari hasil wawancara dengan salah satu pedagang ibu Arum mengatakan bahwa:

“Kalau marah tidak ya. Bicara baik-baik kalau belum bisa tau nyuruh liat-liat yang lain dulu sambil jalan-jalan. Soalnya kan menurut saya disini kan ada pabriknya jadi harga juga standar segitu. (wawancara, 2020)

Lebih lanjut hal yang serupa diungkapkan oleh Bapak Abdul Mujib dalam keterangannya mengatakan bahwa:

Iya saya bilang maaf belum bisa. Silahkan bisa cari yang lain kalau memang disana ada yang lebih murah dari saya. Sebisa mungkin tetap sopan kepada pembeli. (wawancara, 2020)

Sehingga dengan demikian kita semua dapat diterima menjadi mitra bisnis yang bijaksana.

Dengan demikian, pada intinya Semua manusia mutlak belajar tiada henti. Ini berarti bahwa setiap orang harus berupaya untuk memperkaya atau memperbaiki diri dengan ilmu pengetahuan tak terkecuali dalam dunia bisnis, karena dalam bisnis apapun, pelaku bisnis yang sukses adalah pelaku bisnis yang berperilaku mulia dan mempunyai sikap yang positif selain dari pada etika bisnis yang telah dicontohkan Rasulullah saw., sikap yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis diantaranya yaitu pandai bersyukur, kejujuran, kesungguhan, kedisiplinan, rasa percaya diri yang tinggi, bekerja keras, dan fokus dengan begitu pelaku bisnis akan memiliki kreatif dan inovatif. Dengan modal belajar pelaku bisnis memperkaya diri dengan wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan. Apabila suatu saat pelaku bisnis mendapat masalah yang tak terpecahkan, maka pelaku bisnis mencari solusinya dengan sebaik-baiknya sesuai dengan pengalaman yang telah didapatkannya. Dengan cara inilah pelaku bisnis dapat dikatakan telah belajar dari pengalaman dengan menjadikan pengalaman sebagai guru yang sangat berharga.

Tabligh merupakan kemampuan dalam mengkomunikasikan barang dan membangun relasi bisnis. Disiplin ilmu yang berkembang adalah komunikasi bisnis, sedangkan dalam konteks pribadi adalah komunikasi efektif dan empati. Media marketing dan periklanan adalah sistem yang lahir dari kemampuan penerapan sikap tabligh (kecerdasan komunikasi). Tanpa kemampuan komunikasi sebuah produk dan jasa, maka pedagang tidak mampu menyakinkan pelanggan untuk membeli dan memanfaatkan barang dagangan.

Kesimpulan

1. Mayoritas Pedagang batik di pasar grosir Setono telah memahami etika bisnis Islam seperti yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam berdagang. Namun ada yang tidak mengetahui etika bisnis dan masih ada yang kurang paham tentang etika bisnis Islam, ketidakpahaman informan yaitu pada istilah etika bisnis pada konsep teori khususnya pada informan berpendidikan rendah.
2. Penerapan etika bisnis Islam seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW yaitu *siddiq, amanah, fathanah* dan *tabliq*, sudah dilaksanakan dan diterapkan oleh mayoritas pedagang batik yang ada di pasar grosir setono. Adapun sebagian pedagang yang enggan menerapkan etika bisnis Islam dengan alasan sudah terbiasa dengan sistem perdagangan yang hanya mementingkan profit atau keuntungan dunia semata tanpa mencari keberkahan dan keuntungan akhirat dari berbisnis.

Referensi

- Achmad, A. F., & Rahmani, T. (n.d.). *Pakaian Di Pasar Brunorejo Dalam Menentukan Harga Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. (Studi Kasus Di Pasar Brunorejo Bruno Purworejo)*. 1–20.
- Amalia, F. (2013). Etika Bisnis Islam : Konsep Dan. *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*, (95), 116–125.
- Arifin, Z. (2017). *Norma Dan Etika Ekonomi Islam Yusuf al-Qardawi*. Gema Insani Press.
- Barus, E. E. N. (2016). Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi pada Rumah Makan Wong Solo Medan). *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(2), 125–146.
- Dahruji, & Eka Permata, A. R. (2017). Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Tinjauan Teoritik Dan Empiris Di Indonesia. *Dinar : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4(1).
- Darussalam. (2011). *Etika Bisnis Dalam Pesepektif Hadis*. Makassar: Alauddin University Press.
- Desy, A. A. (2017). Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delituakecamatan Delitua. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 389–412.
- Fatimah, I., Putri, M., Hayatudin, A., & Yunus, M. (2019). Analisis Etika Bisnis Islam terhadap Jual Beli Susu Murni di KUD Puspa Mekar Cihideung Lembang Jawa Barat Desa. *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah, SPeSIA*, 5(1), 200–208.
- Hasan Aedy. (2011). *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. Penerbit Alfabeta.
- Millah, H., & Komar, A. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Prespektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Al-Idārah*, 1, 13–21.
- MS., A. M. H., Sya'roni, S., & * M. (2013). Etika Bisnis Al-Ghazali Dan Adam Smith Dalam Perspektif Ilmu Bisnis Dan Ekonomi. *Jurnal Penelitian*, 9(1).
<https://doi.org/10.28918/jupe.v9i1.128>
- Najamuddin, M. (2012). *Cara Dagang ala Rasulullah untuk Para Entrepreneur*. Bantul Yogyakarta : Diva Press.
- Putritama, A. (2018). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Industri. *Nominal*, VII(1), 4.
- Rosiyana, L., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). Implementasi Etika Bisnis Islam Guna Membangun Bisnis Yang Islami (Studi Pada Waroeng Steak And Shake Cabang Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 53(1), 196–201.
- Saifullah, M. (2011). Etika Bisnis Islami Dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 127–156.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.