

Analisis Perilaku Bisnis Pedagang Kuliner di Kawasan Apartemen Kalibata Pancoran Jakarta Selatan Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam

Rofik Andi Hidayah

Sekolah Tinggi Agama Islam Al Amanah Al-Gontory

Email: rofik.a.hidayatulloh@gmail.com

Agung Nugroho

Sekolah Tinggi Agama Islam Minhaajurrasyidin Jakarta

Email: agungsicungol1997@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam pada praktik jual beli di Pusat Kuliner Kawasan Apartemen Kalibata Pancoran Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan melibatkan 3 informan utama penjual serta 2 informan pembeli. Pengumpulan data menggunakan teknik triangulasi untuk menjaga keabsahan data dengan 3 metode pengumpulan data, yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan metode analisis konten yang terdiri dari 3 tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam secara umum sudah cukup baik, meskipun masih ada beberapa penjual yang belum sepenuhnya menerapkan konsep ini. Prinsip-prinsip seperti keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran sudah diterapkan pada transaksi jual beli di pusat kuliner ini. Namun, sosialisasi dan pelatihan yang lebih komprehensif dari pemerintah dan akademisi diperlukan agar pelaku usaha dapat menerapkan etika bisnis Islam secara lebih optimal. Penelitian selanjutnya juga perlu dilakukan dengan cakupan lebih luas.

Kata Kunci : Perilaku Pedagang Bisnis Kuliner, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

This study aims to determine the understanding and application of Islamic business ethics in buying and selling practices in the Culinary Center of the Kalibata Pancoran Apartment Area, South Jakarta. This study uses a descriptive qualitative approach and involves 3 main informants of sellers and 2 informants of buyers. Data collection uses triangulation techniques to maintain the validity of data with 3 data collection methods, namely: observation, interviews, and documentation. Data analysis uses a content analysis method consisting of 3 stages, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The results of the study show that the understanding and application of Islamic business ethics in general is quite good, although there are still some sellers who have not fully implemented this concept. Principles such as justice, free will, responsibility, and truth have been applied to buying and selling transactions in this culinary center. However, more comprehensive socialization and training from the government and academics is needed so that business actors can apply Islamic business ethics more optimally. Further research also needs to be carried out with a wider scope.

Keywords : Behavior of Culinary Business Traders, Islamic Business Ethics

Pendahuluan

Dunia bisnis tidak lepas kaitannya dengan etika bisnis dalam hal ini terdapat etika-etika yang berlaku, bisnis merupakan kegiatan usaha yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya alam secara efektif dan efisien, sehingga bermanfaat untuk kebutuhan masyarakat. Dalam berbisnis sangat memerlukan etika, supaya mengetahui baik/buruk, benar atau salah. Maka dalam etika bisnis seseorang harus mengetahui baik, buruk, benar, salah, terpuji, pantas, tidak pantas, untuk mencapai keberhasilan bisnis. Salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu berdagang (Rahmawati, 2017).

Seiring dengan perkembangan zaman, besarnya peluang bisnis di Indonesia telah memacu usaha-usaha berkembang di Indonesia. Munculnya berbagai macam kegiatan bisnis, menunjukkan bisnis menguntungkan. Bagaimanapun, usaha sangat dibutuhkan. Etika bisnis memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Hasoloan, 2018).

Dalam keadaan persaingan ketat memperebutkan perhatian konsumen, dan dunia bisnis yang semakin kompetitif, bagian pemasaran perusahaan akan terus mencari terobosan baru melalui promosi untuk mengimbangi atau mengatasi upaya-upaya promosi oleh pesaing. Terdapat hubungan yang erat antara etika bisnis dan persaingan usaha, terdapatnya aspek hukum dan aspek etika bisnis yang sangat menentukan terwujudnya persaingan yang sehat. Munculnya persaingan yang tidak sehat disebabkan karena peranan hukum dan etika bisnis dalam persaingan usaha belum berjalan sebagaimana mestinya. Etika bisnis tidak akan dilanggar jika ada aturan dan sanksi-sanksi. Kalau semua tingkah laku yang salah dibiarkan, maka lama-kelamaan akan menjadi kebiasaan (Hasoloan, 2018).

Penelitian ini menggambarkan secara sekilas berkaitan dengan praktik jual beli yang dilakukan oleh pedagang kuliner yang terdapat di kawasan Pusat Kuliner Apartemen Kalibata Pancoran, Jakarta Selatan, ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam, dimana dijumpai banyak pedagang yang berjualan di lokasi tersebut karena termasuk wilayah yang ramai, juga dekat dengan Stasiun Duren Kalibata, Halte Busway, Kantor Kecamatan Pancoran, dan Taman Makam Pahlawan Jakarta Selatan.

Metode

Dengan merujuk pada konteks di atas, jenis penelitian yang diterapkan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap situasi aktual suatu objek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, data yang dihasilkan berupa deskripsi naratif, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan, yang mencerminkan pengalaman dan perilaku individu yang sedang diamati (Lexy J. Moleong, 2010). Penelitian kualitatif menekankan pada analisis proses berpikir

induktif yang terkait dengan hubungan dinamis antara fenomena yang diamati dan penggunaan logika ilmiah serta menekankan pada kedalaman pemikiran formal untuk pemecahan masalah (Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, 2021).

Pemilihan lokasi penelitian memiliki signifikansi besar dalam penelitian kualitatif, karena lokasi tersebut memiliki objek dan tujuan yang memudahkan peneliti dalam menjalankan penelitiannya. Lokasi penelitian ini dilakukan di Pusat Kuliner Kawasan Apartemen Kalibata Pancoran, Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Sampel atau informan dalam penelitian ini adalah 3 (tiga) orang penjual dan 2 (dua) orang pembeli yang melakukan transaksi jual beli di pusat kuliner kawasan Apartemen Kalibata Pancoran, Jakarta Selatan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut: (1) Observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan cara mengamati langsung tentang praktik jual beli di Pusat Kuliner Kawasan Apartemen Kalibata Pancoran, Jakarta Selatan; (2) Wawancara terhadap informan penelitian untuk mengulas tentang bagaimana perilaku pedagang kuliner dan bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap pedagang kuliner di Pusat Kuliner Kawasan Apartemen Kalibata Pancoran, Jakarta Selatan; (3) Dokumentasi yang dilakukan dengan cara mengambil gambar saat wawancara berlangsung dan saat berkunjung langsung di Pusat Kuliner Kawasan Apartemen Kalibata Pancoran, Jakarta Selatan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis Milles dan Huberman sebagaimana yang dikutip oleh Sugiyono, dimana dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2013). Aktivitas dalam model analisis ini meliputi: (1) Reduksi Data. Ini melibatkan beberapa tindakan seperti merangkum, memberikan kode, mengidentifikasi tema, menulis memo, dan langkah lainnya dengan tujuan menghilangkan data atau informasi yang tidak relevan, kemudian melakukan verifikasi pada data tersebut. Dalam penelitian ini, pereduksian data dilakukan dengan cara merekam wawancara, kemudian membuat verbatim dari wawancara tersebut, setelah itu memilih data-data yang dapat digunakan dalam laporan penelitian dan menggali ulang data yang masih perlu untuk di perjelas; (2) Penyajian Data. Penyajian data berbentuk naratif, dengan tujuan mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi dan menyusun data yang relevan sehingga informasi yang didapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian; (3) Penarikan Kesimpulan. Proses ini tidak hanya dilakukan sekali, melainkan melibatkan serangkaian kegiatan yang interaktif, dengan pergiliran antara tahap reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi selama periode penelitian.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Konsep dan Dasar Hukum Jual Beli

Secara terminologi fiqih, jual beli disebut al-ba'i yaitu pertukaran suatu barang dengan barang yang lain. Jual beli adalah akad mu'awadah, yakni akad yang dilakukan oleh dua pihak, dimana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua memberikan imbalan, baik berupa uang maupun barang (Ahmad Wardi Muslich, 2010). Sementara Imam Syafi'i berpendapat bahwa jual beli ialah akad tukar-menukar suatu harta dengan harta yang lain melalui cara tertentu (Hasbarul, B.M, 2019). Jual-beli dianggap sebagai suatu bentuk transaksi yang diharamkan dalam agama, di mana dua belah pihak melakukan pertukaran barang atau benda

dengan sukarela dan tanpa unsur paksaan atau kerugian bagi salah satu pihak. (Hendi Suhendi, 2002).

Jual beli merupakan akad yang diperbolehkan berdasarkan Al-Qur'an, Al-Hadits, dan *Ijma'*. Dilihat dari aspek hukum, jual beli hukumnya *mubah* kecuali jual beli yang dilarang oleh *syara'*.

1. Landasan dalam Al-Qur'an

Adapun dasar hukum dalam Al-Qur'an antara lain adalah surah Al-Baqarah: 275

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

"..Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...

Surah An-Nisa' : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ....

"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 di antara kamu..."

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa Allah Swt. sangat menekankan untuk berperilaku adil dalam jual beli, supaya menjaga sikap kepercayaan dan tanggung jawab terhadap barang yang dijual oleh penjual dan yang dibeli oleh konsumen.

2. Landasan dalam Al-Hadits

Adapun dasar hukum dalam Al-Hadits yaitu H.R. Al-Bazzar dan disahihkan oleh Al-Hakim:

...سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

"...Nabi pernah ditanya usaha apa yang paling baik ? Nabi menjawab usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur (jujur)." (Shobirin, 2015)

3. Landasan dalam *Ijma'*

Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai dengan kesepakatan antara penjual dengan pembeli atau dengan alat tukar yaitu uang ataupun yang lainnya. (Shobirin, 2015)

Adapun dasar *Ijma'* tentang kebolehan jual beli diterangkan oleh Ibnu Hajar Al-Asqolani didalam kitabnya Fath Al-Bari sebagai berikut:

واجمع المسلمون على جواز البيع والحكمة تقتضية لحاجة الانسان تتلو بما يد صا حبه غالبا و صا حبه قد لا يبذله

"Telah terjadi *Ijma'* oleh orang-orang Islam tentang kebolehan dan hikmah jual beli adalah kebutuhan manusia tergantung pada sesuatu yang ada ditangan pemiliknya terkadang tidak begitu saja memberikan kepada orang lain." (Shobirin, 2015).

Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun jual beli menurut jumhur ulama ada empat, yaitu: (1) Ada dua orang aqid, yaitu penjual dan pembeli; (2) Ma'qud Alaih, yaitu ada barang yang diakadkan; (3) Shighat, yaitu ijab qabul (serah terima) dari kedua belah pihak; (4) Saman, yaitu nilai tukar pengganti barang (Madani, 2013). Sedangkan syarat jual beli berdasarkan subjek jual beli ada 4, yaitu: (1) Baligh, laki-laki berusia 15 tahun

dan perempuan yang telah datang bulan; (2) Berakal, seseorang yang bisa memilih yang terbaik bagi dirinya; (3) Kehendak diri, seseorang melakukan transaksi harus sukarela tanpa paksaan; (4) Keduanya tidak mubadzir, seseorang yang bisa mengatur uang agar tidak boros (Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassan, 1992).

Macam-Macam Jual Beli

Menurut Ahmad Sarwat (2018), dilihat dari sudut pandang alat pembayaran dan barang yang diperjual- belikan, jual beli dapat dibagi menjadi 4 macam, yaitu:

1. Jual Beli *Mutlaq*
Jual beli *mutlaq* adalah menukar barang dengan uang. Objek jual belinya adalah barang, dan alat pembayarannya adalah uang.
2. Jual Beli *Salam*
Jual beli *salam* adalah menukar antara hutang dengan barang. Objek jual belinya adalah hutang, alat pembayarannya adalah barang.
3. Jual Beli *Sharaf*
Jual beli *sharaf* adalah tukar menukar mata uang. Objek jual belinya adalah uang, dan alat pembayarannya juga berbentuk uang.
4. Jual Beli *Muqayyadah*
Jual beli *muqayyadah* adalah menukar barang dengan barang. Objek jual belinya adalah barang, dan alat pembayarannya juga berbentuk barang.

Konsep Etika Bisnis Islam

Etika merupakan cabang ilmu filsafat yang menelaah dan meneliti tingkah laku manusia. Tingkah laku ini sangat berpengaruh apabila harus berinteraksi dengan manusia lain apalagi yang memiliki budaya berbeda. Khususnya dalam bisnis dapat dicontohkan apabila seorang staff masuk dalam ruangan rapat tanpa mengetuk pintu dan langsung memotong pembicaraan yang sedang berlangsung. Etika adalah perbuatan atau perkataan yang dilakukan secara sadar (*implicit*), merupakan ilmu yang membahas tentang tingkah laku manusia, Ahmad Amin mengartikan sebagai ilmu yang menjelaskan baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan, menyatakan tujuan yang harus ditinjau oleh manusia dan apa yang seharusnya diperbuat (Trihastuti, 2013).

Secara etimologis, kata etika berasal dari bahasa Yunani kuno, yaitu “Ethikos” yang artinya timbul dari suatu kebiasaan. Dalam hal ini etika memiliki sudut pandang normatif dimana objeknya adalah manusia dan perbuatannya. Etika adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku jujur, benar dan adil (Zamzam, 2020). Etika (al-akhlaq) dalam khazanah pemikiran Islam dipahami sebagai ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. Etika adalah ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, baik atau buruk, bermanfaat atau tidak bermanfaat. Dalam Al-Qur’an dijelaskan etika berlandaskan pada tiga terma kunci utama, ketiga terma kunci utama itu adalah Iman, Islam dan Taqwa (Masykuroh, 2020).

Bisnis merupakan suatu kegiatan individu yang terorganisasi yang menghasilkan, menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam pandangan lain bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat

dan memasarkan barang atau jasa ke konsumen. Etika Bisnis merupakan pengetahuan tentang tata cara ideal dalam pengaturan dan pengelolaan di antaranya: norma dan moralitas yang berlaku secara universal dan berlaku secara ekonomi dan sosial (Prihatminingtyas, 2019).

Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar (Juliyani, 2016).

Fungsi Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya terhadap fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islam diantaranya adalah:

1. Bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyerasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islam, dan cara biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spritualisme, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis Islam.
3. Etika bisnis terutama etika bisnis Islam juga bisa berperan memberikan satu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al- Qur'an dan Sunnah.

Prinsip-Prinsip Penerapan Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam sangat menekankan pentingnya mematuhi nilai-nilai yang terdapat dalam Al-Quran. Oleh karena itu, terdapat beberapa prinsip etika bisnis Islam yang perlu dipertimbangkan ketika melakukan transaksi jual beli, diantaranya:

1. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mendorong agar semua individu diperlakukan dengan kesetaraan, keadilan, dan berdasarkan kriteria yang rasional, objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan. (Aziz A. , 2013). Dalam ranah bisnis, dalam Islam ditegaskan pentingnya berprinsip adil, bahkan terhadap pihak yang mungkin kurang disukai. Sebagaimana yang telah Allah firmankan didalam surah Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya :Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu penegak (kebenaran) karena Allah (dan) saksi-saksi (yang bertindak) dengan adil. Janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlakulah adil karena (adil) itu lebih dekat pada takwa. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.

2. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan mengindikasikan bahwa baik individu maupun kelompok manusia memiliki hak sepenuhnya untuk melaksanakan kegiatan bisnis. Dalam ranah ekonomi, manusia memiliki kebebasan dalam menerapkan prinsip-

prinsip Islam. Karena urusan ekonomi termasuk dalam aspek muamalah dan bukan ibadah, prinsip yang berlaku secara umum adalah "semua aktivitas muamalah itu boleh kecuali ada dalil yang melarang." Dalam Islam, yang dilarang adalah ketidakadilan dan riba. Dalam kerangka ini, pelaksanaan kebebasan harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan keadilan (Triana, 2021).

3. Prinsip Tanggung Jawab

Dalam lingkungan bisnis, tanggung jawab diterapkan pada dua dimensi, yaitu dimensi vertikal (terhadap Allah) dan dimensi horizontal (terhadap masyarakat atau konsumen) dengan cara yang jujur, transparan, memberikan pelayanan yang memuaskan, dan berusaha untuk melakukan yang terbaik dalam semua aspek. Prinsip tanggung jawab sangat terkait dengan prinsip kehendak bebas karena dalam menjalankan kebebasan, seseorang harus bertanggungjawab atas tindakannya. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Muddassir ayat 38 yang menyiratkan konsep tersebut:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنٌ

Artinya "Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan".

4. Prinsip Kebenaran

Kebenaran dalam lingkup bisnis mencakup niat, sikap, dan tindakan yang benar. Prinsip ini menggabungkan dua aspek utama, yakni moralitas dan integritas. Aspek moralitas tercermin melalui sikap kerelaan dan kedermawanan dalam interaksi bisnis, sementara integritas tercermin melalui tindakan jujur dalam seluruh proses bisnis, serta komitmen untuk tidak terlibat dalam tindakan penipuan (Aziz A. , 2013)

Gambaran Umum Pusat Kuliner Kawasan Apartemen Kalibata Pancoran

Makanan, kudapan, dan minuman adalah tiga hal yang marak diujakan sebagai jajanan kaki lima atau juga disebut *street food* oleh para penikmat makanan. Salah satu jajanan kaki lima tersebut adalah pusat kuliner yang terletak di kawasan Apartemen Duren Kalibata, Pancoran, Jakarta Selatan.

Sebenarnya ada juga pusat jajanan kaki lima Kalibata di depan Taman Makan Pahlawan Nasional Kalibata. Bedanya, kalau tempat ini memiliki area lebih luas sehingga lebih leluasa makan di tempat tersebut karena tersedia kursi dan meja. Namun, kalau yang *street food* kawasan Apartemen Duren Kalibata ini tempatnya terbatas dan tepat berada di samping rel sehingga pengunjung bisa jajan sambil melihat kereta *commuter line* (KRL) atau kereta barang yang lewat pada jam tertentu. Tidak jarang dijumpai anak-anak bersama orang tua menikmati jajanan sambil lesehan sembari menunggu kedatangan kereta silih berganti yang ditandai dengan deru klakson yang khas. Bisa juga menikmati semilir angin di malam hari dan mengamati kesibukan jalanan yang berlangsung di sekitar.

Para pedagang kaki lima kisaran jam 17.00 WIB mulai mendorong gerobaknya masing-masing menuju ke tepi jalan di samping pintu *gate* 1 sebelah timur apartemen. Semakin malam aktivitas jalan semakin padat karena sisi seberang jalan juga dimanfaatkan untuk tempat parkir motor. Sehingga pengendara motor dan pejalan kaki berbagi jalan ditambah lagi kalau ada mobil yang melintas maka semakin sesak. Untung ada "pak ogah" penjaga parkir yang merangkap tugas sebagai pengatur jalan. Pada tengah malam kisaran pukul 23.00-24.00 WIB para pedagang mengikuti gerobak dagangnya untuk pulang. Ada pedagang yang sembari menjemput sampah secara swadaya. Ada juga yang meninggalkan sampah

begitu saja terutama para oknum penikmat kuliner karena masih banyak ditemukan bekas kemasan makanan dan minuman yang tercecer di area taman samping rel yang ditumbuhi pohon kamboja (Kompasiana, 2024).

Profil Informan Penelitian

Pada tahap ini, peneliti membahas gambaran profil informan yang telah diwawancarai pada tanggal 8 – 11 November 2024 dengan jumlah informan 3 penjual dan 2 pembeli, yang ada di pusat kuliner kawasan Apartemen Kalibata Pancoran. Berikut gambaran umum informan dalam penelitian ini:

Tabel 1.1
Gambaran Umum Informan

No.	Nama Informan	Status	Nama Produk	Lama Berjualan
1	Ngatman	Pemilik	Mie Ayam	27 Tahun
2	Kiki	Pemilik	Dimsam	2 Tahun
3	Ratna	Pemilik	Gorengan	3 Tahun
4	Erni	Pembeli	-	-
5	Abdul	Pembeli	-	-

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengambilan data melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada informan penjual dan pembeli, telah dilakukan proses transkripsi dari hasil rekaman wawancara menjadi teks seperti terlampir dalam lampiran penelitian ini. Teks hasil wawancara tersebut lalu diolah dengan pendekatan analisis konten (Miles, M.B., & Huberman, M, 1992), berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip keadilan, prinsip kehendak bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebenaran seperti dibawah ini.

1. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mendorong agar semua individu diperlakukan dengan kesetaraan, keadilan, dan berdasarkan kriteria yang rasional, objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan. Terwujudnya prinsip keadilan dapat dilihat dari penjual tidak membedakan antara pembeli. Berdasarkan prinsip keadilan dalam etika bisnis Islam bahwa semua individu harus diperlakukan dengan setara, ternyata hasil wawancara dengan 3 (tiga) penjual di atas menunjukkan bahwa prinsip keadilan dalam berdagang sudah dipahami dan diterapkan dengan baik, dimana mereka tidak membeda-bedakan dalam memberikan pelayanan kepada pembeli, baik soal rasa maupun harga, semua sama saja, baik pembeli baru maupun pembeli yang sudah berlangganan. Hal itu diperkuat dengan hasil wawancara terhadap 2 (dua) pembeli di atas, bahwa prinsip keadilan sudah dirasakan oleh kedua pembeli tersebut, bahwa mereka mendapatkan pelayanan yang sama dari penjualnya, baik soal kualitas/rasa maupun harga. Mereka menilai penjualnya ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan kepada semua pembeli.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak penjual dan pihak pembeli di atas, dapat diketahui bahwa prinsip keadilan dimana semua pembeli harus dilayani dengan cara yang sama, dalam transaksi jual beli di Pusat Kuliner Kawasan Apartemen Duren Kalibata Pancoran prinsip keadilan ini sudah

dipahami dan dipraktikkan dengan baik oleh penjual pada umumnya, yang ditunjukkan bahwa mereka dalam menawarkan/memberikan pelayanan kepada pembeli tidak membedakan, baik pembeli baru maupun pembeli yang sudah berlangganan. Semua sama saja.

2. Prinsip Kehendak Bebas

Dalam transaksi jual beli, manusia memiliki kebebasan untuk melakukan apa saja kecuali apa-apa yang telah dilarang (dalam syariat). Berdasarkan pengertian kehendak bebas dalam etika bisnis Islam bahwa semua manusia memiliki kebebasan melakukan apa saja kecuali apa-apa yang telah dilarang (dalam syariat), ternyata hasil wawancara dengan 3 (tiga) penjual di atas menunjukkan bahwa prinsip kehendak bebas sudah dipahami dan namun belum sepenuhnya diterapkan dengan baik. Dalam hal harga, mereka dalam mematok harga sama dengan rata-rata harga di pasaran. Artinya tidak terlalu mahal, juga tidak terlalu murah. Bahkan informan ketiga berani memberikan bonus kepada pembeli yang membeli dalam jumlah banyak. Namun, dalam hal rasa ternyata informan kedua memberikan informasi bahwa dia sedikit kurang memperhatikan soal rasa karena dia tinggal menjualnya saja, tidak membuat sendiri atau dengan kata lain sudah ada yang ngedrop atau memasok barang dagangannya. Diperkuat dengan hasil wawancara terhadap 2 pembeli di atas, bahwa prinsip kehendak bebas sudah dirasakan oleh kedua pembeli tersebut, dimana keduanya mendapatkan harga yang sama dengan harga di pasaran pada umumnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak penjual dan pihak pembeli dapat diketahui bahwa prinsip kehendak bebas dimana manusia memiliki kebebasan untuk melakukan apa saja kecuali yang dilarang, dalam transaksi jual beli di Pusat Kuliner Kawasan Apartemen Duren Kalibata Pancoran, prinsip kehendak bebas ini sudah dipahami dan namun belum sepenuhnya diterapkan dengan baik. Jika soal harga, ketiga penjual menerapkan harga yang sama seperti pada umumnya di pasaran. Namun jika soal rasa, informan kedua sedikit kurang memperhatikan soal rasa karena dia tinggal menjualnya saja, tidak membuatnya sendiri atau dengan kata lain sudah ada yang ngedrop atau memasok barang dagangannya.

3. Prinsip Tanggung Jawab

Prinsip tanggung jawab sangat terkait dengan prinsip kehendak bebas karena dalam menjalankan kebebasan, seseorang harus bertanggung jawab atas tindakannya. Berdasarkan pengertian tanggung jawab dalam etika bisnis Islam, bahwa seseorang harus bertanggung jawab atas tindakannya, ternyata hasil wawancara dengan 3 penjual di atas menunjukkan bahwa prinsip tanggung jawab sudah dipahami dan diterapkan dalam praktik jual beli oleh ketiga penjual tersebut, dimana penjual siap menerima masukan dan saran, termasuk jika ada komplain dari pembeli makan ketiga penjual akan bertanggung jawab dan siap untuk memperbaikinya. Karena bagi mereka, itu adalah wajar dan hak pembeli. Hal itu diperkuat dengan hasil wawancara terhadap 2 pembeli di atas, bahwa prinsip tanggung jawab sudah dirasakan oleh kedua pembeli tersebut, dimana mereka diberikan hak dan kebebasan untuk memberikan nilai atau komplain jika ada rasa yang kurang pas misalnya. Atau kalau semisal ada masukan bisa langsung disampaikan kepada penjualnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak penjual dan pihak pembeli dapat diketahui bahwa prinsip tanggung jawab dimana seseorang harus bertanggung jawab atas tindakannya, dalam transaksi jual beli di pusat kuliner

kawasan Apartemen Kalibata Pancoran, prinsip tanggung jawab ini sudah dipahami dan diterapkan dengan baik oleh penjual kuliner ditunjukkan dengan penjual melayani dengan baik dan sepenuh hati dan siap menerima komplain dari pembeli jika ada, serta prinsip tanggung jawab ini sudah dirasakan oleh pembeli dimana pembeli mendapatkan hak untuk menikmati dan memberikan nilai atau komplain jika ada yang kurang pas terkait dengan rasa maupun pelayanan dari penjual.

4. Prinsip Kebenaran

Kebenaran dalam lingkup bisnis mencakup niat, sikap, dan tindakan yang benar. Prinsip ini menggabungkan dua aspek utama, yakni moralitas dan integritas. Aspek moralitas tercermin melalui sikap kerelaan dan kedermawanan dalam interaksi bisnis, sementara integritas tercermin melalui tindakan jujur dalam seluruh proses bisnis, serta komitmen untuk tidak terlibat dalam tindakan penipuan. Berdasarkan pengertian kebenaran dalam etika bisnis Islam bahwa tindakan jujur dalam seluruh proses bisnis, serta komitmen untuk tidak terlibat dalam tindakan penipuan, ternyata hasil wawancara dengan 3 penjual di atas menunjukkan bahwa prinsip kebenaran sudah dipahami dan diterapkan dengan baik oleh ketiga penjual. Seperti yang ditunjukkan bahwa ketiga penjual tersebut menjelaskan kondisi barang dagangannya dengan jelas kepada pembeli tanpa ada yang disembunyikan atau ditutup-tutupi. Mereka perlu untuk menjelaskan kondisi seperti ini agar pembeli tidak merasa kecewa. Tentunya hal itu diperkuat dengan hasil wawancara terhadap 2 pembeli di atas, bahwa prinsip kebenaran sudah dirasakan oleh kedua pembeli tersebut. Hal ini dapat mereka rasakan ketika penjual menyampaikan kondisi barang dagangannya dengan baik, misalnya ada kekurangan jenis bahan yang disajikan pada hari itu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak penjual dan pihak pembeli dapat diketahui bahwa prinsip kebenaran dimana tindakan jujur dalam seluruh proses bisnis, serta komitmen untuk tidak terlibat dalam tindakan penipuan dalam transaksi jual beli di pusat kuliner kawasan Apartemen Kalibata Pancoran, prinsip kebenaran ini sudah dipahami dan diterapkan dengan baik oleh penjual kuliner. Hal ini ditunjukkan oleh penjual yang menyampaikan dengan jujur dan apa adanya terhadap kondisi barang dagangan yang mereka jual tanpa ada yang sembunyikan atau ditutup-tutupi, dan pembeli pun mendapatkan penjelasan seperti itu dari penjual.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat peneliti simpulkan bahwa:

1. Praktik atau transaksi jual beli yang terdapat di Pusat Kuliner Kawasan Apartemen Kalibata Pancoran Jakarta Selatan, umumnya berlangsung ketika para penjual mulai menggelar lapak barang dagangannya mulai sore hari sekitar pukul 17.00 WIB sampai dengan malam pukul 23.00 WIB setiap harinya.
2. Secara umum, pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di Pusat Kuliner Kawasan Apartemen Kalibata Pancoran Jakarta Selatan sudah cukup baik, hal ini terlihat dari penerapan prinsip keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran oleh para penjual. Meskipun masih terdapat beberapa penjual yang belum sepenuhnya memahami dan

- menerapkan konsep etika bisnis Islam, karena hanya menjualkan barang dagangan dari bosnya.
3. Prinsip keadilan sudah diterapkan dengan baik oleh penjual ditunjukkan dengan melayani semua pembeli tanpa membeda-bedakannya, baik pembeli baru maupun pembeli yang sudah berlangganan. Prinsip kehendak bebas juga sudah diterapkan dengan baik oleh sebagian besar penjual, terlihat ketika mereka menjual dengan harga yang sama dengan harga di pasaran.
 4. Prinsip tanggung jawab terlihat dari adanya melayani pembeli dengan baik dan siap menerima komplain dari pembeli. Serta prinsip kebenaran juga sudah diterapkan ditandai dengan sikap kejujuran dan keterbukaan dari penjual terhadap kondisi barang dagangan yang mereka jual guna mengurangi rasa kekecewaan pembeli.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian* (Rev, Ed). Jakarta: Rineka Cipta, 2021.
- Darmawati, "Etika Bisnis Islam : Eksplorasi Prinsip Etis al-Quran dan Sunnah," (t.tp.: t.p,t.th).
- Endang Trihastuti, Aselina. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Deepublish, 2023.
- Hasoloand, Aswan. "Peran Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis", Jurnal Warta Edisi : 57 (Juli 2018).
<https://muhammadiyah.or.id/2020/08/etika-bisnis-dalam-islam/> diakses pada tanggal 20 November 2024 pukul 07:15
- Juliyani, Erly. "Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam", Jurnal Ummul Qura Vol VII, No.1 Maret 2016.
- Krisnawati, Ita. "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Produsen (Studi Kasus Pada Industri Rumah Tangga di Desa Jurug Kecamatan Sooko)", Skripsi Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018.
- Masykuroh, Nihayatul. *Etika Bisnis Islam*. Banten: CV. Media Karya Kreatif, 2020.
- Murcitaningrum, Surya. *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Prudent Media, 2013.
- Prihatminingtyas, Budi. *Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholder*. Malang: CV IRDH, 2019.
- Rahmawati. "Etika Bisnis Islam pada Pedagang Makanan", Jurnal JESKaPe Vol.1 No, 1 (Januari-Juni 2017).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sumarsid dan Atik Budi Paryanti, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)", Jurnal M Progres Vol.12.
- Zamzam, Fakhry dan Havi