

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Komunitas Pedagang Muslim Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan
Gamalama, Ternate)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana dalam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:
Nurdila Rauf
1941115

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
1444 H/2023 M

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Nurdila Rauf
NIM : 1941115
Program : Sarjana (Strata Satu)
Institusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, November 2023

Saya yang menyatakan,

Nurdila Rauf

NIM. 1941115

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rini Syarifuddin
Jabatan : Ketua Rt 005/003

Menerangkan Bahwa :

Nama : Nurdila Rauf
NIM : 1941115
Mahasiswa : Institut Agama Islam Negeri Manado
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program studi : Ekonomi Syariah

Nama yang tersebut adalah benar-benar telah melaksanakan penelitian dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Islam Studi Kasus Komunitas Pedagang Muslim Jama'ah Tabligh Di Kelurahan Gamalama, Kota Ternate"

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ternate, 05 Agustus 2023



SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING**SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Kepada Yth.
Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
Di
Manado.-

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Nurdila Rauf

NIM : 1941115

Judul Skripsi : Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Komunitas Pedagang Muslim Jama'ah Tabligh di Kelurahan Gamalama, Ternate)

Sudah dapat diajukan untuk ujian Skripsi. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si
NIP. 197009061998032001

Manado, Oktober 2023
Pembimbing II



Nur Shadiq Sandimula, M.E
NIP. 199202162018011001

Mengetahui;
Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A., AK
NIP. 199403152019032018

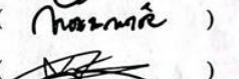
PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, "Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pedagang Jama'ah Tabligh di Kelurahan Gamalama, Ternate)" yang disusun oleh Nurdila Rauf, NIM: 1941115, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada 30 Januari 2024 bertepatan dengan 18 Rajab 1445 H dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah, dengan beberapa perbaikan.

Manado, Februari 2024

DEWAN PENGUJI :

Ketua : Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si. ()
Sekretaris : Nur Shadiq Sandimula M.E. ()
Munaqisy I : Moh Muzwir R. Luntajo, ()
M.Si.
MunaqisyII : Mutiara Nurmanita, M.Pd. ()
Pembimbing I : Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si. ()
Pembimbing II: Nur Shadiq Sandimula M.E. ()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si.
NIP. 197009061998032001

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI



KEMENTERIAN AGAMA RI.
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Dr. S.H. Sarundajang Kawasan Ringroad I Kota Manado Telp. (0431) 860616 Manado 95128

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor: B-1216 /In.25/F.IV/PP.009/10/2023

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si
 Nip. : 197009061998032001
 Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Nurdila Rauf
 Nim. : 19.4.1.115
 Prodi. : Ekonomi Syariah

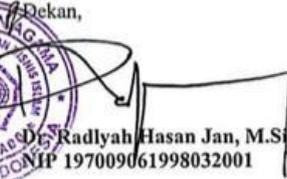
Setelah mengadakan cek plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, maka Skripsi Mahasiswa tersebut diatas, dengan judul:

"Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Komunitas Pedagang Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalama, Ternate)".

Dinyatakan bebas plagiasi/~~plagiasi di atas 25%.*~~

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 18 Oktober 2023

Dekan,

 Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si
 NIP 197009061998032001

*coret yang tidak perlu.

MOTTO

“Setetes keringat orang tuaku seribu langkahku untuk maju”

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q. S Al-Baqarah, 2:286)

ABSTRAK

Nama : Nurdila Rauf
NIM : 1941115
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Komunitas Pedagang Muslim Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalama, Ternate)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada pedagang muslim Jama'ah *Tabligh*, pedagang harus memperhatikan nilai-nilai etika bisnis yang diterapkan dalam Islam seperti *quantity*, *quality*, ramah dan bermurah hati, membangun hubungan baik antar rekan kerja dan menetapkan harga secara transparan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara kepada pedagang dan wawancara kepada konsumen sebagai informan pendukung untuk mengumpulkan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan 6 dari 7 informan pedagang sebagian besar sudah menerapkan etika bisnis Islam dan cara berdagang Rasulullah SAW. Hal tersebut dibuktikan dengan bagaimana perilaku pedagang secara *quantity* dan *quality* seperti jujur dalam memberikan informasi mengenai kualitas produk yang diinginkan konsumen serta memberitahu konsumen jika ada produk yang cacat dengan menjual harga yang lebih murah, menetapkan harga dengan transparan, ramah dan murah hati terhadap konsumen dan membangun hubungan baik antar rekan kerja. Terdapat hasil 1 orang informan tidak melakukan perilaku yang diajarkan Rasulullah SAW dan tidak menerapkan etika bisnis Islam, seperti tidak jujur memberitahu konsumen bahwa barang yang dijual ada sedikit cacat dan penjual mengambil keputusan sepihak dengan menjualnya dengan harga yang lebih murah. Ini terbukti dengan adanya konsumen yang pernah menerima barang cacat. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang Muslim Jama'ah *Tabligh* di kelurahan Gamalama Ternate sudah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dan Perilaku bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW.

Kata Kunci: Bisnis Islam, Etika, Pedagang Jama'ah *Tabligh*

ABSTRACT

Namee : Nurdila Rauf
NIM : 1941115
Faculty : Ekonomi & Bisnis Islam
Study Program : Ekonomi Syariah
Title : Implementation of Islamic Business Ethics (Case Study of the Community of Muslim Traders of *Jama'ah Tabligh* in Gamalama Village, Ternate)

This research aims to find out how the application of Islamic business ethics in *Jama'ah Tabligh* Muslim traders. traders must consider the values of business ethics applied in Islam such as Quantity, Quality, friendly and generous, building good relationships between coworkers and setting prices transparently. This research method is descriptive qualitative by conducting interviews with traders and consumers as informants to collect data. The results of this study show that 6 out of 7 informants have mostly applied Islamic business ethics and the way of trading the Prophet Muhammad SAW. This is evidenced by how the behavior of traders in Quantity and Quality such as honesty in providing information about the quality of products that consumers want and telling consumers if there are defective products by selling cheaper prices, setting prices transparently, friendly and generous to consumers and building good relationships between colleagues. There are results of 1 informant not doing the behavior taught by the Prophet Muhammad and not applying Islamic business ethics, such as not honestly telling consumers that the goods sold have a slight defect and the seller makes a unilateral decision by selling them at a lower price. This is evidenced by consumers who have received defective goods. So it can be concluded that most of the Muslim traders of *Jama'ah Tabligh* in Gamalama Ternate village have applied the values of Islamic business ethics and business behavior taught by the Prophet Muhammad.

Keywords: Islamic Business, Ethics, *Jama'ah Tabligh Traders*

Dokumen ini telah divalidasi oleh UPT Pengembangan Bahasa IAIN Manado

Nomor registrasi : 00594

ABSTRAK ARAB

مستخلص البحث

الاسم	: نورديلا رؤوف
رقم التسجيل	: ١٩٤١١١٥
الكلية	: الاقتصاد الإسلامي والأعمال
القسم	: الاقتصاد الشرعي
العنوان	: تطبيق أخلاقيات الأعمال الإسلامية (دراسة حالة لجماعة التبليغ التجارية الإسلامية في قرية جمالاما، تيرناتي)

يهدف هذا البحث إلى معرفة كيفية تطبيق أخلاقيات الأعمال الإسلامية على التجار المسلمين في جماعة التبليغ، ويجب على التجار الاهتمام بقيم أخلاقيات الأعمال المطبقة في الإسلام مثل الكمية، والجودة، والود والكرم، وبناء الخير. العلاقات بين الزملاء وتحديد الأسعار بشكل مناسب وشفاف. الطريقة المستخدمة في هذا البحث هي الطريقة الوصفية النوعية من خلال إجراء المقابلات مع التجار والمقابلات مع المستهلكين كمخبرين داعمين لجمع البيانات. تظهر نتائج هذا البحث أن ٦ من أصل ٧ مخبرين من التجار طبقوا في الغالب أخلاقيات الأعمال الإسلامية وطريقة النبي محمد صلى الله عليه وسلم في التداول. ويظهر ذلك من خلال سلوك التجار من حيث الكمية والنوعية، مثل الصدق في تقديم المعلومات حول جودة المنتجات التي يريدها المستهلكون وإخطار المستهلكين في حالة وجود منتجات معيبة عن طريق بيعها بأسعار أرخص، وتحديد الأسعار بشفافية، ودية وسخية تجاه المستهلكين وبناء علاقات جيدة بين الزملاء. وكانت النتائج أن أحد المخبرين لم يقم بالسلوك الذي علمه رسول الله صلى الله عليه وسلم ولم يطبق أخلاقيات التجارة الإسلامية، مثل عدم إخبار المستهلكين بصراحة أن البضائع المباعة بها عيب بسيط واتخذ البائع قرارًا من جانب واحد ببيعها بسعر أرخص. ويتجلى ذلك من خلال وجود المستهلكين الذين حصلوا على سلع معيبة. لذلك يمكن أن نستنتج أن غالبية التجار المسلمين من جماعة التبليغ في منطقة جمالاما في تيرناتي قد طبقوا قيم أخلاقيات العمل الإسلامي وسلوك الأعمال التي علمها رسول الله صلى الله عليه وسلم.

الكلمات المفتاحية: الأعمال الإسلامية، الأخلاق، تجار جماعة التبليغ

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji Syukur Kehadirat *Allah Subhanahu Wa Ta'ala* Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan mengambil judul “*Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Komunitas Pedagang Muslim Jama'ah Tabligh di Kelurahan Gamalama, Ternate)*”. Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado. Penulis menyadari bawa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari banyak pihak yang membantu, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menuturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun material baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada kedua orang tua tercinta saya mama Hamsia Rahim dan papa Irwan Rauf, sebagai tanda bakti dan hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada mama dan papa yang telah meberikan kasih sayang dan segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga. Semoga ini menjadi awal untuk membuat mama dan papa bahagia, dan terima kasih banyak karena selalu mendoakanku, memberikan banyak motivasi, selalu menyirami kasih sayang dan selalu menasehatiku untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Serta kepada adik-adik saya yang selalu mendukung, mendoakan menemani serta selalu ada dalam segala urusan dan selama proses Pendidikan sampai mampu menyelesaikan studi S-1. Serta pihak yang terkait yang saya hormati:

1. Bapak Dr. H. Ahmad Rajafi, M.HI, selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Manado, Bapak Dr. Edi Gunawan, M.HI, selaku Wakil Rektor I, Ibu Dr. Salma, M.HI, selaku Wakil Rektor II dan Ibu Dr. Mastang A. Baba, M.Ag selaku Wakil Rektor III.
2. Ibu Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Ridwan Tabe, M.Si selaku Wakil Dekan I, Ibu Dr. Nurlaila Harun, M.Si, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Syarifuddin, M.Ag selaku Wakil Dekan III.
3. Ibu Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A.,Ak, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Ibu Lily Angraini, M.S.A selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Syariah.
4. Ibu Fanny Zaman S,Ag selaku Kabag FEBI beserta seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.
5. Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si. selaku Pembimbing I selalu memberi masukan dan saran sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik.
6. Bapak Nur Shadiq Sandimula M.E. selaku Pembimbing II yang selalu memberi masukan, perbaikan dan saran sehingga skripsi ini bisa selesai.
7. Terima kasih kepada Pak Nyong dan Ma Ci' yang telah menjadi orang tua di perantauan dan yang selalu siap mendengar setiap keluh dan kesah dan mengasih motivasi selama penyusunan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada Adik dan sahabat saya Tasya dan Tari, Izmi yang selalu memberikan doa dan siap mendengar setiap keluh dan kesah dan telah membantu selama penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan saran. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan memberikan kontribusi dalam dunia pendidikan.

Manado, November 2023

Nurdila Rauf
NIM: 1941115

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN	ii
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK ARAB	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Kegunaan Penelitian.....	7
1. Kegunaan teoritis.....	7
2. Kegunaan praktis	7
G. Defenisi Konseptual	7
H. Penelitian Terdahulu	9
BAB II KAJIAN TEORI	12
I. Etika Bisnis dalam Islam.....	12
1. Bisnis	13
2. Pengertian etika bisnis Islam	14
3. Nilai-nilai Etika Bisnis Islam	18
J. Perilaku Bisnis Rasulullah SAW	21

K. Jama'ah <i>Tabligh</i>	26
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Tempat dan Waktu	33
B. Rancangan Penelitian	33
C. Sumber Data.....	34
1. Data primer.....	34
2. Data sekunder	34
D. Instrumen Penelitian.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
1. Observasi	36
2. Wawancara	37
3. Dokumentasi.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	38
G. Sistematika Penulisan	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Sejarah Objek Penelitian	43
B. Hasil Penelitian	43
C. Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Informan Penelitian	44
Tabel 4.2 Hasil penerapan etika bisnis Islam pada pedagang	53
Tabel 4.3 Data Informan Pendukung	54
Tabel 4.4 Penilaian Konsumen terhadap Pedagang Jama'ah <i>Tabligh</i>	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pedagang dapat berdagang untuk mencari keuntungan , tetapi Islam tidak hanya menginginkan keuntungan sebesar-besarnya tetapi juga mencari keberkahan, karena penerapan nilai-nilai moral dalam kegiatan perdagangan harus dicapai secara individual oleh setiap pelaku pasar. Islam melarang orang bekerja di luar kehendak mereka untuk memenuhi tujuan mereka dengan menggunakan cara apapun, termasuk riba, penyuapan, penipuan, kecurangan, dan tindakan-tindakan yang salah lainnya¹.

Sebuah aktivitas bisnis harus dijalankan sesuai dengan etika atau aturan bisnis. Etika dan norma-norma digunakan untuk memastikan bahwa pengusaha atau pedagang tidak melanggar peraturan yang telah ditetapkan, dan bahwa usaha yang ditangani mendapat ridha Allah SWT dan simpati dari masyarakat. Pada akhirnya, prinsip-prinsip ini membantu pembentukan pengusaha atau pedagang yang amanah sehingga dapat memajukan dan mengembangkan bisnis mereka. Ketika etika yang benar diterapkan, hubungan antara pengusaha dengan masyarakat, pelanggan, pemerintah, dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya akan menjadi seimbang².

Bahwasannya seluruh pelaksanaan kehidupan telah diatur sesuai dengan prinsip-prinsip Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia, termasuk dalam pelaksanaan ekonomi dan perdagangan. Menurut ajaran Islam, setiap muslim wajib berusaha semaksimal mungkin untuk menerapkan syariat Islam dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk hukum-hukum muamalah (bisnis dan usaha) dalam mencari nafkah. Pada dasarnya, tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah, khususnya perilaku bisnis, bertujuan untuk menciptakan pendapatan rezeki yang berkah dan mulia yang akan mewujudkan

¹ Fitri Amalia, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok', *Prosiding Seminas Competitive Advantage*, 1.2 (2012), 1–33.(2012).

² Ahmad Hulaimi and Moh Huzaini, 'Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi', *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 2.1 (2020).

pembangunan manusia yang merata dan stabil sehingga tercapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh, dan pemerataan pendapatan tanpa harus mengalami ketimpangan sosial yang berkepanjangan³.

Islam juga mengizinkan kita untuk menghasilkan pendapatan atau keuntungan dalam bisnis. Islam tidak hanya mengharamkan segala cara yang tidak benar seperti kecurangan, penipuan, riba, sumpah palsu, penyuapan, dan kegiatan-kegiatan yang tidak benar lainnya, namun juga memperbolehkan seseorang untuk bekerja sesuai kehendak mereka demi mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun demikian, dalam Islam terdapat batasan atau garis pembeda antara yang boleh dan tidak boleh dilakukan, antara yang salah dan yang benar, yang haram dan yang halal, yang kemudian diatur oleh etika bisnis Islam.

Berpegang pada prinsip-prinsip Islam, pedagang akan mendapatkan rezeki dan keridhaan dari Allah SWT, serta kesejahteraan sosial yang adil. Muslim yang setia kepada Allah akan diberikan kehidupan yang seimbang dalam berbisnis. Islam menggunakan ajaran Rasulullah SAW untuk menunjukkan bagaimana menjalankan perusahaan yang jujur, memperhatikan etika bisnis, dan mempekerjakan harta yang diperoleh. Allah SWT memerintahkan dan mewajibkan umatnya untuk mencari rezeki⁴.

Allah SWT menyuruh para hambanya dan mewajibkan mereka untuk mencari harta. Seperti dalam surah al-Mulk 15:

الْأَشْجَارُ وَإِلَيْهِ ۖ رَزَقَ مِنْ وَكُلُوا مَنَّاكِهَا فِي فَاْمَشُوا ذُلُوْلًا اَلْاَرْضَ لَكُمْ جَعَلَ الَّذِي هُوَ

Terjemahnya: “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagimu, Maka berjalanlah di segala penjuru dan makanlah dari rezeki-nya. Dan hanya kepadanya lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”⁵.

Sebagaimana dalam Islam seorang pedagang tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga keberkahan, yaitu tercapainya kestabilan usaha dengan

³ Elida Elfi Barus, “Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan),” *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 2, no. 2 (2016): 125–46..

⁴ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah (Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat)* (Yogyakarta, 2009).

⁵ <https://tafsirweb.com/7682-surat-al-ahzab-ayat-70.html>

mendapatkan keuntungan yang wajar dari Allah SWT. Hal ini menunjukkan bahwa yang harus dicapai oleh seorang pedagang dalam berbisnis tidak hanya keuntungan moneter (materi), tetapi juga keuntungan non-materi (spiritual). Oleh karena itu, khususnya para pedagang muslim Jama'ah *Tabligh* di desa Gamalama, apakah mereka memiliki etika bisnis Islam yang telah diajarkan oleh Rasulullah SAW, dengan berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadits, diharapkan dengan sikap etika bisnis Islam yang diterapkan oleh para pedagang khususnya pedagang muslim Jama'ah *Tabligh* di desa Gamalama, dapat dijadikan sebagai transaksi yang memiliki nilai secara vertikal (manusia dengan Allah) maupun horizontal (manusia dengan manusia).

Maulana Muhammad Ilyas mendirikan Jama'ah *Tabligh* pada tahun 1920 Masehi. Jama'ah *Tabligh* adalah organisasi dakwah atau jihad. Jama'ah *Tabligh* beranggapan bahwa amar ma'ruf nahi munkar adalah tanggung jawab seluruh umat Islam, bukan hanya ulama. Umat Islam adalah keturunan Nabi Muhammad SAW. Dalam menjalankan jihad atau dakwahnya, Jama'ah *Tabligh* menggunakan salah satu pendekatan, yaitu berjalan dari rumah ke rumah, desa ke desa, bahkan sampai ke luar negeri (khuruj fsabilillah)⁶.

Jamaah *Tabligh* selalu mengenakan pakaian panjang, membungkus kepala dengan kain, dan mengenakan celana panjang hingga mencapai mata kaki. Keunikan Jamaah *Tabligh* juga dapat dilihat dari gerakan dakwahnya yang meninggalkan rumah dan keluarga untuk jangka waktu tertentu untuk berkeliling dari satu desa ke desa lain, dari satu masjid ke masjid lain, dan dengan demikian keunikan ini merupakan ciri khas Jamaah *Tabligh* yang berbeda dengan organisasi dakwah lainnya⁷.

Jama'ah *Tabligh* adalah salah satu kelompok keagamaan yang berdedikasi untuk menjalankan tujuan dakwahnya. Jika dibandingkan dengan kelompok-kelompok dakwah lain yang lebih dulu masuk ke Indonesia, kelompok ini

⁶ Muhibbuddin, 'Eksistensi Harta Dalam Persepsi Jamaah *Tabligh* Gorontalo', *Al-Mizan*, 16.1 (2020), 177–200.

⁷ Saepuloh Ujang, 'Model Komunikasi Dakwah Jama'ah *Tabligh*', *Ilmu Dakwah*, 4.14 (2009).

memiliki keunikan dan perbedaan. Sebuah kelompok yang didirikan oleh Maulana Muhammad Ilyas ini memiliki filosofi untuk selalu taat dan patuh terhadap segala perintah Allah SWT yang harus dijalankan, dan menjauhi segala larangannya, dengan merujuk semua amalannya pada sikap dan perilaku Nabi Muhammad SAW⁸.

Eksistensi Jamaah *Tabligh* telah menjadi sorotan masyarakat karena kinerjanya yang sangat berbeda dengan perilaku dan budaya keagamaan mayoritas penduduk, khususnya di Desa Gamalama, Ternate. Salah satu ciri khas Jamaah *Tabligh* adalah tidak adanya kantor pusat atau sekretariat. Mereka mengadakan pertemuan atau musyawarah di masjid-masjid tempat mereka tinggal. Namun, mereka mengenal banyak istilah untuk lokasi-lokasi di mana mereka sering berkumpul. *Markaz*, *halqah*, dan *mahalla* adalah kegiatan Jamaah *Tabligh*. *Markaz* Indonesia dan *markaz* regional adalah titik fokus kegiatan dakwah di tingkat nasional dan provinsi di Indonesia⁹.

Kota Ternate, kawasan timur Indonesia, merupakan salah satu daerah yang terkena dampak dari fenomena ini, dan saat ini *markaz*nya berada di lingkungan Gamalama. Setiap Jumat malam (malam *Markaz*), puluhan orang berkumpul untuk melaksanakan serangkaian program rutin yang sengaja disusun untuk mengikuti petunjuk atau arahan dari para ulama di India. Agama adalah sebuah fenomena yang rumit dan majemuk. Pola-pola keagamaan muncul dalam berbagai variasi tergantung pada kemampuan nalar dan kemampuan menangkap makna dari intensitas keagamaan. Salah satu komunitas yang berkembang tidak hanya di dunia internasional, tetapi juga di daerah-daerah terpencil adalah kelompok yang bernama gerakan iman, yang mengajak umat manusia untuk selalu berada dalam suasana iman dan memperjuangkan pentingnya mengajak manusia untuk taat kepada Allah SWT¹⁰.

⁸ Saepuloh Ujang, (2009).

⁹ Muhibbuddin, 'Eksistensi Harta Dalam Persepsi Jamaah Tabligh Gorontalo'. *Al-Mizan* 16, no. 1 (2020): 177–200

¹⁰ Muhibbuddin, 'Eksistensi Harta Dalam Persepsi Jamaah Tabligh Gorontalo'.

Jamaah *Tabligh* tidak mengesampingkan kegiatan ekonomi; semua kegiatan ekonomi dimaksudkan untuk mendukung kelangsungan kerja dakwah dan juga untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Banyak dari mereka yang memiliki usaha-usaha besar, dan sebagai hasilnya, mereka memiliki dampak tidak langsung terhadap perekonomian kota Ternate. Awal mula Jama'ah *Tabligh* masuk ke Ternate pada Tahun 1987 tetapi yang mulai aktif dan dikenali oleh banyak masyarakat sekitar pada Tahun 1995 dan masuk di berbagai kampung-kampung yang ada di Ternate salah satunya Kelurahan Gamalama.

Selain dengan berdakwah dari pintu ke pintu para anggota Jama'ah *Tabligh* juga melakukan dakwahnya dengan cara berdagang, pedagang Jama'ah *Tabligh* Ternate pada umumnya dalam menjalankan usahanya terkonsentrasi dalam beberapa bidang, yaitu pedagang atau toko pakaian jadi, meubel, dan kaligrafi. Usaha para pedagang Jama'ah *Tabligh* tersebut kebanyakan dirintis jauh sebelum mereka bergabung menjadi Jama'ah *Tabligh*, namun banyak juga dimulai setelah mereka menjadi Jama'ah *Tabligh*¹¹.

Berdasarkan observasi awal yang ditemukan di lapangan, terdapat 7 pedagang Jama'ah *Tabligh* di lokasi penelitian di Kelurahan Gamalama. Kegiatan berdagang Jama'ah *Tabligh* atau menjual barang dagangan mereka hampir semua sama diantaranya pakaian muslim pria maupun pakaian muslim wanita yang terdiri dari baju kokoh, abaya, mukena, sarung, minyak wangi, peci, siwak dan tasbih. Kegiatan perdagangan pedagang Jama'ah *Tabligh* berlangsung setiap hari sejak jam 07:00 pagi sampai 22:00 malam hari.

Persyaratan etika bisnis Islam untuk mendapatkan keberkahan seorang pedagang harus memperhatikan berbagai norma etika bisnis yang ditetapkan dalam Islam, seperti *Quantitiy* (jujur dalam takaran), *Quality* (menjual barang yang baik mutunya), ramah dan bermurah hati, membangun hubungan baik antar rekan kerja serta menetapkan harga dengan transparan.

¹¹ Rofiah Khusniati, 'Agama Dan Bisnis (Studi Etos Kerja Pengusaha Di Kalangan Jamaah Tablig Kabupaten Ponogoro)', 2002.

Fenomena pedagang Jama'ah *Tabligh* dalam transaksi jual beli di kelurahan gamalama ada beberapa pedagang yang jauh dari syariat Islam. Kecenderungan transaksi yang dilakukan tidaklah memperhatikan masalah etika, ketatnya persaingan untuk dapat merebut hati konsumen menjadikan para pedagang di kelurahan Gamalama semakin jauh meninggalkan etika dalam bisnis yang sesuai syariat Islam. Kenyataan ini mengakibatkan akan semakin meningkatkan pasar dan yang lemahnya akan semakin tertindas dan moral semakin tidak dihiraukan lagi, adapun masalah yang didapatkan pada saat transaksi jual beli yang dilakukan pedagang cenderung menyimpang saat melakukan transaksi dan tidak sesuai etika bisnis Islam.

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian serta membahas masalah tentang: **“Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Komunitas Pedagang Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalama, Ternate)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Proses pelaksanaan transaksi jual beli yang dilakukan beberapa pedagang Jama'ah *Tabligh* belum maksimal menerapkan etika bisnis sesuai dengan syariat Islam.
2. Apakah pedagang muslim Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalama, cara berdagangnya berpegang pada prinsip-prinsip Islam?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini memfokuskan untuk mengetahui bagaimana implementasi etika bisnis Islam pedagang Jama'ah *Tabligh* di kelurahan Gamalama, Ternate.

D. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah yang telah dipaparkan perumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana implementasi etika bisnis Islam pedagang Jama'ah *Tabligh* di kelurahan Gamalama, Ternate?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah

untuk mengetahui bagaimana etika berjualan pedagang Jama'ah *Tabligh* di kelurahan Gamalama dilihat dari etika bisnis Islam.

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Secara teoritis penelitian ini ditujukan untuk mengetahui tentang implementasi etika bisnis Islam pedagang muslim Jama'ah *Tabligh* di kelurahan Gamalama. Dan penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi peneliti ialah mendapatkan pengetahuan baru yang tidak diterima di dalam perkuliahan atau melalui teori-teori yang selama ini dipelajari.
- b. Bagi masyarakat Gamalama yang terlibat dalam bisnis jual beli untuk menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usaha atau sebuah bisnis sesuai syariat Islam.
- c. Bagi Jama'ah *Tabligh* yang terlibat dalam bisnis jual beli untuk menambah pemahaman dalam menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usaha atau sebuah bisnis sesuai syariat Islam.
- d. Bagi akademis ialah sebagai alat bantu untuk menjadi referensi dengan judul tentang implementasi etika bisnis Islam.

G. Defenisi Konseptual

Etika bisnis Islam mengacu pada jenis kegiatan etis dalam Islam yang dikenal sebagai Akhlak al-Islamlyah, yang dikemas dengan menggunakan norma-norma syariah yang memprioritaskan halal dan haram. Dalam Islam, etika bisnis adalah kumpulan hukum yang mengatur bagaimana bisnis dilakukan, seperti apakah pedagang harus mengetahui larangan dan anjuran, karena menurut Al-Qur'an, pedagang tidak boleh mengurangi timbangan dan harus sesuai dengan yang ada. *Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh*, dan *Fatanah* merupakan empat sifat Nabi Muhammad SAW yang digunakan dalam berbisnis..

Jama'ah *Tabligh*, yang didirikan pada awal tahun 1980-an, adalah salah satu organisasi keagamaan yang didedikasikan untuk berdakwah. Jika dibandingkan dengan aliran-aliran lain yang lebih dulu masuk ke Indonesia, kelompok ini memiliki keunikan dan perbedaan. Keunikan dan kekhasan Jama'ah *Tabligh* dapat dilihat dari gerakan dakwahnya yang meninggalkan rumah dan keluarga untuk jangka waktu tertentu untuk pergi dari satu dusun ke dusun lain, dari satu lokasi ke lokasi lain, dan dari satu masjid ke masjid lain.

H. Penelitian Terdahulu

Tabel 1

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	
				Persamaan	Perbedaan
1	Dina Marista, 2018	Analisis Persaingan Usaha Di Pasar Kenali Kecamatan Belalau Kabupaten Lampung Barat Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam	Menurut temuan, bisnis di pasar Kenali mencakup lima aspek: produk, harga, lokasi, layanan, dan purna jual. Delapan belas dari dua puluh responden telah mengintegrasikan etika Islam dalam kegiatan komersial mereka dengan mengikuti lima prinsip etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, kejujuran, pilihan bebas, dan tanggung jawab sosial.	Penelitian menggunakan metode kualitatif	Tempat penelitian berbeda
2	Hardianti Jenne, 2021	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pusat Niaga Palopo	Temuan menunjukkan bahwa etika bisnis yang dipraktikkan oleh para pedagang di kawasan komersial Palopo bertentangan dengan hukum Islam.	Meneliti tentang bagaimana etika bisnis Islam	Lokasi penelitian berbeda
3	Dwi Hardika	Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pelaku Usaha	Menurut temuan tersebut, etika bisnis yang dilakukan oleh para pedagang di	Penerapan etika bisnis Islam	Lokasi Penelitian berbeda

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Metode Penelitian	
				Persamaan	Perbedaan
	Sari, 2019	Mikro, Kecil, Dan Menengah Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Tuban	kawasan perdagangan di Palopo melanggar hukum Islam.		
4	Richa Angkita Mulyawisd, 2019	Implementasi etika bisnis Islam di CV rumah warna Yogyakarta	Temuan menunjukkan bahwa CV Rumah Warna Yogyakarta telah mengadopsi lima elemen etika bisnis Islam, yaitu prinsip tauhid, konsep keseimbangan, prinsip pilihan bebas, prinsip tanggung jawab, dan prinsip kebajikan (ihsan).	Penelitian ini ialah penelitian dengan pendekatan kualitatif.	Tidak menggunakan penyebaran kuesioner
5	Alwi Musa Muzaiyin, M. S, 2018	Perilaku pedagang Muslim Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Kasus di Pasar Loak Jagalan Kediri)	Temuan dari penelitian ini adalah perilaku pedagang; ada beberapa pedagang yang ramah dan ada juga yang tidak ramah dalam melayani pembeli.	Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan pendekatan kualitatif	Tempat penelitian berbeda

Sumber: Olahan Mandiri (2023)

BAB II KAJIAN TEORI

I. Etika Bisnis dalam Islam

Istilah etika berasal dari kata Yunani *ethos* dalam bentuk jamak (*taetha*), yang berarti "adat istiadat atau kebiasaan, watak, tabiat, akhlak, moral, dan norma." Etika digambarkan sebagai kumpulan norma yang mengatur apa yang dianggap sebagai tindakan yang dapat diterima dan tidak dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa etika terkait erat dengan cita-cita dalam kehidupan, baik sebagai individu maupun kelompok seperti masyarakat. Bisnis dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh penghasilan, pendapatan, rezeki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan cara mengelola sumber-sumber daya ekonomi secara berhasil guna dan berdaya guna¹².

Etika menjadi standar moral yang tujuannya adalah untuk menilai seberapa tinggi standar moral yang telah diberikan, apakah masih kurang, cukup, atau bahkan sudah sangat benar. Sementara menentukan apa yang baik dan buruk adalah topik yang selalu berubah. Studi tentang moral yang benar dan salah dalam bisnis dikenal sebagai etika bisnis. Etika bisnis berfokus pada prinsip-prinsip moral dalam kebijakan, struktur, dan perilaku pelaku bisnis¹³.

Secara sederhana, mempelajari etika bisnis berarti mempelajari apa yang baik/buruk, benar/salah dalam lingkungan perusahaan berdasarkan konsep moral. Etika bisnis terkadang dikenal sebagai manajemen etis atau organisasi etis. Memikirkan atau merefleksikan moralitas dalam ekonomi dan bisnis adalah inti dari etika bisnis. Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, moralitas mengacu pada aspek baik-buruk, terpuji-tercela, benar-salah, masuk akal-tidak masuk akal, pantas-tidak pantas dari tindakan manusia. Hal ini

¹² Angga Syahputra, "Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam," *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah* 1, no. 1 (2019): 21–34

¹³ Jurnal Pemikiran Keislaman and others, 'Tajdid: Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan', 5.1 (2021), 32–44.

kemudian ditambahkan dengan halal-haram dalam studi etika ekonomi Islam¹⁴.

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan buruk untuk dipertahankan atau dilakukan (*Ethics is the science of good and bad*).

Etika yang baik mencakup¹⁵:

- a. Kejujuran (*Honesty*): didefinisikan sebagai berkata dan melakukan hal yang benar, serta mendukung kebenaran.
- b. Ketetapan (*Reliability*): berarti bahwa janji seseorang selalu tepat, tepat dalam hal isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan kondisi.
- c. Kesetiaan (*Loyalty*): setia pada janji sendiri, setia pada siapa saja yang menjanjikan kesetiaan, setia pada organisasi, taat pada pimpinan, rekan kerja, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangga.
- d. Disiplin: kemampuan untuk mengikuti sistem, norma, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan tanpa disuruh atau dipaksa.

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat aturan moral yang membedakan antara apa yang baik dan apa yang buruk, dan ilmu pengetahuan bersifat normatif karena menetapkan apa yang harus dilakukan oleh individu, yang terkadang mengacu pada etika manajemen, yang hanya membatasi kerangka acuan pada konsepsi organisasi¹⁶.

1. Bisnis

Istilah "bisnis" merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yang berarti "usaha", "urusan dagang", dan "kesibukan". Bisnis dijelaskan dalam KBBI sebagai usaha komersial dalam dunia perdagangan, usaha, dan perdagangan. Bisnis adalah perdagangan barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan. Bisnis didefinisikan sebagai setiap kegiatan yang menghasilkan peningkatan nilai tambah melalui penyediaan jasa,

¹⁴ Abd.ghafur, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Abd. Ghafur 1', *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 2018.

¹⁵ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011).

¹⁶ Mohammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: akademi manajemen perusahaan YKPN, 2004).

perdagangan, atau pengolahan barang¹⁷.

Bisnis didefinisikan sebagai aktivitas apa pun yang menghasilkan peningkatan nilai tambah melalui penyediaan layanan, perdagangan, atau pemrosesan barang. Bisnis terjadi sebagai akibat dari ketergantungan individu, peluang di seluruh dunia, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan sebagainya. Bisnis juga dapat didefinisikan sebagai aktivitas individu (swasta) yang diorganisir atau dilembagakan untuk memproduksi dan menjual barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat. Keuntungan adalah tujuan utama bisnis, diikuti oleh kemajuan sosial dan tanggung jawab sosial.

2. Pengertian etika bisnis Islam

Etika bisnis Islam mengacu pada jenis kegiatan etis dalam Islam yang dikenal dengan Akhlak al-Islamlyah, yang dikemas dengan menggunakan norma-norma syariah yang mengedepankan halal dan haram. Etika bisnis dalam Islam adalah seperangkat standar untuk menjalankan bisnis, seperti mengetahui larangan dan anjuran karena dalam Al Qur'an para pedagang tidak boleh mengurangi timbangan dan harus sesuai dengan yang ada. Kejujuran pribadi, keadilan, kebenaran, kebebasan, kebahagiaan, dan cinta adalah kualitas yang dimotivasi oleh cita-cita etika, moral, dan akhlak manusia. Karena esensi dari manusia seutuhnya adalah implementasi dari nilai-nilai etika. Al-Qur'an dan Hadits adalah sumber dari semua nilai dalam kehidupan. Kedua prinsip ini dapat mengarahkan bagaimana kita berbisnis¹⁸.

Etika bisnis Islam adalah proses dan upaya untuk mengetahui apa yang baik dan salah dan kemudian melakukan apa yang benar dalam aktivitas bisnis. Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak saling terpisah, karena bisnis sebagai simbol persoalan duniawi, juga dianggap sebagai aspek intrinsik dari pertimbangan investasi di akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis

¹⁷ Mohammad.

¹⁸ Jurnal Ilmiah and Ekonomi Islam, 'Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses Dalam Perspektif Maqashid Syariah', 7.01 (2021).

dan upaya investasi di akhirat (yang dirancang sebagai ibadah dan merupakan kepenuhan ketaatan kepada Allah) ingin sejalan dengan standar moral yang didasarkan pada keimanan kepada akhirat, maka bisnis harus sejalan dengan aturan-aturan moral yang didasarkan pada keimanan kepada akhirat¹⁹.

Etika Bisnis Islam adalah pedoman etika yang didasarkan pada Al Qur'an dan Hadits yang harus diikuti oleh setiap orang yang terlibat dalam kegiatan ekonomi. Dengan kata lain, selain moralitas bisnis yang berlandaskan pada kitab suci dan sunnah Nabi Muhammad SAW, sebagaimana etika bisnis modern, tidak cukup hanya dipelajari secara parsial, tetapi juga harus dipelajari secara utuh (komprehensif). Dalam pandangan ini, etika bisnis Islam harus diposisikan sebagai produk akademis yang mampu melahirkan ilmu pengetahuan sekaligus mendampingi para pelaku bisnis dalam aktivitas kesehariannya²⁰.

Studi tentang seseorang atau organisasi yang melakukan kontak bisnis atau bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam dikenal sebagai Etika Bisnis Islam. perdagangan etika komersial diperlukan; bahkan dalam Islam, etika ini mencakup elemen-elemen berikut:

- a) *Khuluq* adalah dalam berdagang mengetahui tata aturan perdagangan.
- b) *Khayr* adalah baik dalam etika bisnis karena ia memahami kebaikan yang terkandung dalam perdagangan dan percaya bahwa bertransaksi harus menopang kebaikan di antara satu sama lain.
- c) *Adl* adalah adil dalam berdagang.
- d) *Haqq* adalah kebenaran dalam berdagang, misalnya, seorang penjual barang harus mengakui kebenaran bahwa apa yang dijualnya adalah pakaian yang berkualitas baik.
- e) *Taqwa* artinya menunjukkan kesalehan dalam berdagang; tidak menipu ketika membeli dan menjual produk. Bisnis yang bertujuan untuk Falah memahami bahwa keselamatan dunia dan akhirat didasarkan pada Al-

¹⁹ Abd.ghafur.

²⁰ Djafar Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN-Malang press, 2008).

Qur'an.

Allah SWT telah memastikan bahwa orang-orang yang bekerja keras untuk mendapatkan jatah duniawi mereka sambil tetap mengindahkan perintah-perintah masa depan untuk mendapatkan kemenangan duniawi dicatat sebagai hamba-hamba Allah yang memiliki keseimbangan yang besar. Seperti yang dikatakan oleh Rasulullah saw: "Barangsiapa yang menginginkan dunia, maka ia harus berilmu, dan barangsiapa yang menginginkan akhirat maka ia harus berilmu, dan barangsiapa yang menginginkan keduanya maka ia harus berilmu". Komentar Rasulullah ini menyiratkan dan menegaskan bahwa, selain kesulitan etika yang menjadi landasan kesuksesan ekonomi, ada hal-hal lain yang perlu dipertimbangkan, terutama bakat dan pemahaman tentang etika itu sendiri.

Kegagalan dalam memahami etika dan praktik bisnis yang benar dalam Islam akan berakibat pada kegagalan dalam mencapai tujuan. Jika pengetahuan yang dihasilkan untuk mendapatkan kenikmatan akhirat juga didasarkan pada etika, maka pengetahuan yang dibangun untuk dunia juga harus didasarkan pada etika. Berdagang adalah kegiatan yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Nabi sendiri menyatakan bahwa perdagangan membuka sembilan sepuluh pintu rejeki.²¹ Artinya, melalui jalan berdagang, pintu-pintu rejeki akan dapat terbukasehingga karunia Allah terpancar padanya. Dengan demikian etika bisnis tidak hanya dapat dilihat dari aspek etika secara persial, karena bisnispun dalam pandangan al-Qur'an telah menyatu dengan nilai-nilai etika ketika etika dipahami sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah, maka etika diperlukan dalam berbisnis.

Sebagaimana diketahui, bahwa bisnis ialah suatu serangkaian peristiwa yang melibatkan bisnis. Pengusaha cenderung bersaing untuk menghalalkan sumber daya demi mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Akibatnya,

²¹ Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012).

pelaku bisnis yang kuat mendominasi, sedangkan pelaku bisnis yang lemah tersingkir atau terpinggirkan. Dengan demikian, etika bisnis adalah evaluasi kritis dan rasional terhadap moralitas dan norma-norma pelaku bisnis untuk mencapai tujuan²².

Dalam Islam, tujuan berbisnis bukan hanya untuk memenuhi dorongan hidup demi perut. Berbisnis bagi seorang Muslim bukan hanya sekedar mencari uang. Lebih dari itu, berbisnis adalah ibadah, berta'abbud, taat, dan mencari ridha Allah SWT. Menurut pola hidup Islam, semua tindakan hidup, harta, dan mati sepenuhnya dipersembahkan untuk Allah SWT. Kalimat-kalimat yang selalu diucapkan dalam doa iftitah merupakan bukti nyata bahwa tujuan akhir dari semua perilaku, menurut prinsip-prinsip Islam, adalah untuk mendapatkan ridha Allah SWT.

Dengan kendali syariah, bisnis bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu²³:

a. Target Hasil

Tujuan bisnis tidak hanya untuk memaksimalkan keuntungan (*qimah madiyah* atau nilai material), tetapi juga untuk memaksimalkan manfaat non-material. Dalam Islam, bisnis tidak hanya mengejar *qimah madiyah* tetapi juga *qimah insaniyyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Upaya seorang Muslim dalam usaha komersial apa pun harus sesuai dengan standar Islam, selain mencapai tujuan imah. Dengan kata lain, ketika terlibat dalam suatu kegiatan, seseorang harus menyadari hubungannya dengan Allah SWT.

b. Pertumbuhan

Keuntungan atau manfaat apa pun harus berkembang atau meningkat secara terus menerus dalam bisnis.

c. Keberlangsungan

²² Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: akademi manajemen perusahaan YKPN, 2004).

²³ Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis*.

Orientasi manajemen sebuah perusahaan tidaklah sempurna jika hanya berhenti pada pencapaian target hasil dan pertumbuhan, karena hal tersebut harus diupayakan secara terus menerus agar pertumbuhan dari target hasil yang diperoleh dapat berkelanjutan sepanjang waktu.

d. Keberkahan atau keridaan Allah

Unsur keberkahan merupakan puncak dari pencapaian seorang Muslim. Ketika hal ini tercapai, berarti dua prasyarat untuk diterimanya amal perbuatan manusia telah terpenuhi, yaitu unsur niat yang sungguh-sungguh dan teknik yang sejalan dengan ajaran Syariah.

Tujuan akhir dari bisnis adalah beribadah dan mencari keridhaan Allah Swt. Tujuan yang dimaksud adalah tujuan akhir yang berdimensi jangka panjang dan berdimensi nilai-nilai keabadian, yang secara teologis merupakan akibat logis dari pekerjaan menjalankan aktivitas komersial di dunia yang akan dipetik di akhirat kelak. Operasional bisnis di dunia menjadi penghubung untuk bekal kehidupan di akhirat.²⁴

3. Nilai-nilai Etika Bisnis Islam

Persyaratan untuk mendapatkan keberkahan seorang pedagang harus memperhatikan berbagai norma etika bisnis yang ditetapkan dalam Islam, termasuk yang berikut ini:

a. Quantitiy (Jujur dalam Takaran)

Menurut Islam, kejujuran bukan hanya hal yang penting bagi seorang pebisnis yang sukses. Namun, etika perusahaan saat ini menempatkan nilai yang tinggi pada gagasan kejujuran. Menurut William C. Byham, etika bisnis menumbuhkan kepercayaan, yang merupakan fondasi perdagangan modern.

b. Quality (Menjual barang yang baik mutunya)

Dalam hal kualitas, para pebisnis harus memberikan barang yang

²⁴ Nawawi, *Islam Dan Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2013).

berkualitas tinggi, yang berarti mereka tidak boleh mengabaikan kewajiban moral dalam bidang bisnis. Karena tanggung jawab adalah keseimbangan antara keuntungan dan memenuhi norma-norma inti masyarakat dalam bentuk hukum, etika, atau adat istiadat.²⁵

c. Dilarang menggunakan sumpah

Jual beli sumpah adalah hal yang biasa terjadi dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan pedagang kelas bawah. Kegiatan seperti ini tidak dibenarkan dalam Islam karena akan menghilangkan keberkahan, sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW: Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda dari Abu Hurairah r.a. "Sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghilangkan keberkahan".

d. Ramah dan bermurah hati

Seorang pebisnis seharusnya bersikap sopan dan murah hati kepada setiap klien untuk mendapatkan berkah. Senyuman adalah salah satu cara untuk mencerminkan sikap baik yang menenangkan hati dan membuat pelanggan senang.

e. Membangun hubungan baik antar rekan kerja

Islam mendorong hubungan yang positif dengan semua orang, bahkan dengan rekan kerja. Islam menentang satu pihak mendominasi pihak lain, baik melalui monopoli, oligopoli, maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan konsep kesetaraan finansial. Menurut Imam Bukhari, Nabi Muhammad SAW bersabda, "Barangsiapa yang ingin dilapangkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, hendaklah ia menyambung tali silaturahmi" (HR Imam Bukhari).

f. Menetapkan harga dengan transparan

Harga yang tidak transparan dapat menipu. Oleh karena itu, menetapkan harga secara terbuka dan layak sangat dihargai dalam Islam untuk menghindari riba. Meskipun setiap pebisnis ingin mendapatkan

²⁵ M. Amin Abdulla dan Iwan Triyuwono, *Etika Muamalah* (Malang: Program Pascasarjana UMM, 1997).

keuntungan, mereka juga harus menghormati hak-hak setiap klien. Rafik Issa Beekun mengusulkan sembilan pedoman etika umum untuk bisnis Muslim, yang meliputi: kejujuran, menepati janji, mencintai Allah SWT lebih dari sekadar perdagangan, berbisnis dengan Muslim sebelum non-Muslim, rendah hati dalam hidup, melakukan musyawarah dalam segala hal, tidak terlibat dalam penipuan, tidak menyogok, dan berbisnis secara adil²⁶.

Adapun ketentuan dasar dari etika bisnis Islam yang merupakan nilai-nilai etika bisnis Islam ada lima diantaranya yakni²⁷:

a. Tauhid

Tauhid adalah teori filsafat ekonomi Islam yang berfungsi sebagai landasan bagi penelitian dan praktik ekonomi dalam hal prinsip-prinsip logis, etis, dan estetis yang dapat diimplementasikan dalam ekonomi manusia. Dalam bidang ekonomi, tauhid mendorong para pelaku ekonomi untuk meyakini bahwa harta benda hanya milik Allah SWT.

b. Keadilan

Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, dalam surat Al-Maidah ayat 8:

Terjemahnya: 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 Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.

Komponen horizontal dari ajaran Islam yang mengacu pada keselarasan secara keseluruhan di alam semesta digambarkan sebagai

²⁶ Badroen Faisal, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 2006.

²⁷ Sofyan S. Harahap Beekun, Issa Rafiq, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011).

keseimbangan atau keadilan. Akibatnya, keseimbangan, kesatuan, dan moderasi merupakan konsep etika penting yang harus diadopsi dalam operasi komersial dan perusahaan.

c. Kehendak bebas

Manusia, baik sebagai individu maupun kolektif, memiliki kebebasan penuh untuk terlibat dalam aktivitas komersial. Dalam perspektif ekonomi Islam, manusia yang baik adalah manusia yang menggunakan kebebasan dalam kerangka tauhid dan keseimbangan. Yang didasarkan pada hukum-hukum Allah SWT, khususnya usaha yang bebas riba.

d. Tanggung jawab

Kebebasan tanpa batas tidak dapat dicapai karena tidak membutuhkan pertanggungjawaban. Untuk memenuhi tujuan keadilan dan persatuan, setiap manusia harus bertanggung jawab atas tindakannya. Oleh karena itu, Sayyid Qutub mendefinisikan pertanggungjawaban Islam sebagai "tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan cakupannya." Antara jiwa dan raga, antara pribadi dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara masyarakat.

e. Ihsan

Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun di akhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Dalam konteks bisnis, ihsan adalah kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tujuan berbuat kebaikan.

J. Perilaku Bisnis Rasulullah SAW

Dalam transaksinya, Nabi Muhammad berpegang teguh pada norma-norma perdagangan yang adil. Beliau juga mendorong para sahabatnya untuk mengikutinya. Ketika Muhammad berkuasa dan menjadi penguasa Madinah, beliau menghapuskan semua praktik termasuk penipuan, riba, perjudian, ketidakpastian, keraguan, eksploitasi, pengambilan keuntungan yang berlebihan, dan pasar gelap. Beliau juga menstandarkan timbangan dan ukuran serta

mencegah siapa pun menggunakan timbangan dan ukuran yang kurang dapat diandalkan²⁸.

Nabi juga bersabda, “sesuatu yang halal sudah jelas dan apa yang haram juga sudah jelas, tetapi di antara keduanya ada hal-hal yang samar yang banyak orang tidak mengetahuinya. Barangsiapa menjaga dirinya dari sesuatu yang meragukan, berarti ia memelihara agamanya dan kemuliaan pribadinya, tetapi barangsiapa menjatuhkan dirinya ke dalam sesuatu yang meragukan, berarti ia jatuh ke dalam hal-hal yang diharamkan, seperti seorang penggembala kambing yang menggembalakan hewan-hewannya di sekeliling suatu tanah terlarang di mana akhirnya ia akan menggembala di dalamnya. (Bukhari dan Muslim)²⁹.

Allah dan Rasul-Nya telah menetapkan ketentuan hukum untuk saling menukar sesuatu dengan persetujuan kedua belah pihak dalam transaksi perdagangan, dan mereka telah melarang merampas hak milik orang lain tanpa persetujuan dan izin dari mereka. Hal ini sangat penting tidak hanya untuk menjaga perdamaian dan ketertiban dalam masyarakat, tetapi juga untuk menjaga hubungan yang sehat dan harmonis di antara para anggotanya. Nabi telah menetapkan hukum dan norma-norma dasar dalam menjalankan bisnis³⁰.

Tercatat dalam sejarah bahwa Nabi Muhammad SAW, dalam berbisnis, mengutamakan proses dengan penuh kehati-hatian (*ikhtiyath*) sehingga beliau dipercaya oleh mitra dagang dan konsumennya. Keberhasilan gaya berdagang Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pebisnis menunjukkan perpaduan yang utuh antara kemandirian dan dorongan kewirausahaan. Kejujuran, dapat dipercaya, kecerdasan, dan bakat, komunikasi dan pelayanan yang baik, menciptakan jaringan dan relasi, serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah, semuanya berkontribusi pada kesuksesan perdagangan. Dalam berbisnis, karakteristik seperti itulah yang ia lakukan dalam setiap tindakan bisnisnya, yang kemudian menciptakan kesuksesan. Adapun ada 4 sifat Nabi Muhammad SAW

²⁸ Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang* (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1996).

²⁹ Afzalurrahman.

³⁰ Afzalurrahman.

yang harus diikuti dalam berdagang:

a. Siddiq

Siddiq, yang berarti "jujur atau benar", adalah cara dia menjalankan bisnisnya. Salah satu sifat yang paling terlihat dari seorang mukmin adalah sikap jujur. Setiap Muslim harus memiliki sikap jujur dalam kehidupan sehari-hari, bahkan dalam bisnis. Allah memerintahkan umatnya untuk berkata jujur dan membangun lingkungan yang jujur.

Gagasan ini harus mendasari semua perilaku ekonomi manusia, terlepas dari apakah itu diproduksi, didistribusikan, atau dikonsumsi. Beliau dikenal sebagai al-amin pada zamannya karena beliau adalah pelopor perdagangan yang didasarkan pada cita-cita kejujuran, transaksi komersial yang adil, dan kesehatan. Ia tidak segan-segan mengkomunikasikan hal tersebut kepada para pedagang melalui pendidikan langsung dan pernyataan yang tegas. Ketika ia menjadi pemimpin, ia secara ketat menerapkan instrumen hukum, serta penghargaan dan hukuman, terhadap para pelaku bisnis yang tidak jujur³¹.

Di antara bentuk kejujuran adalah komitmen seorang pebisnis terhadap profesinya dengan bersikap jujur dan transparan sehingga mendatangkan ketenangan jiwa, sehingga Allah memberkahi bisnisnya dan mengangkat derajatnya di surga seperti derajat para nabi, orang-orang yang jujur, dan umat yang mati dalam keadaan syahid³².

Masalah kejujuran bukan hanya kunci kesuksesan seorang pebisnis menurut Islam, karena kejujuran memungkinkan kita untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen, yang sangat penting dalam kegiatan komersial. Untuk membangun kerangka keyakinan yang harus dimiliki oleh seorang pedagang agar dapat beroperasi secara jujur atau adil, baik terhadap diri sendiri maupun orang lain. Kejujuran ini harus dicapai di

³¹ Khusniati Rofiah, 'Implementasi Doktrin Agama Dalam Bisnis', 2018.

³² Dawwabah Asyraf Muhammad, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah* (Semarang: Pustaka Nuun, 2008).

semua sektor praktik penggunaan timbangan tanpa membedakan kepentingan mereka (penjual) dan pihak lain (pembeli). Dengan sikap jujur, kepercayaan pembeli terhadap penjual akan tumbuh sendirinya³³.

b. Amanah

Amanah, yang berarti dapat diandalkan. Karakter utama seorang pelaku ekonomi Islam dan semua manusia adalah sifat amanah. Dalam ekonomi dan bisnis, sifat amanah memiliki kedudukan yang sangat penting. Tanpa amanah, niscaya jalan dan kehidupan ekonomi dan bisnis akan dipenuhi dengan kekacauan dan bencana. Oleh karena itu, setiap pelaku ekonomi Islam harus bersikap profesional dan akuntabel agar dapat dipercaya oleh masyarakat dan pelanggannya.

Hal ini tidak mengurangi atau menambah apa yang seharusnya atau yang telah disepakati. Amanah dalam perdagangan sangat dijunjung tinggi untuk menjaga keharmonisan antara penjual dan pembeli. Ketika orang saling percaya satu sama lain, mereka akan merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi. Firman Allah surat al-Mu'minun ayat 8:

رَاعُونَ وَعَهْدِهِمْ لِأَمَانَاتِهِمْ هُمْ وَالَّذِينَ

Terjemahnya: “Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya”³⁴.

Seorang Muslim sangat dianjurkan untuk bersikap amanah dalam segala situasi, termasuk dalam jual beli dan menimbang atau menakar, karena Al Qur'an mengandung banyak surat yang mendorong umat Islam untuk bersikap amanah. Jika seorang pedagang mampu menjaga sikap amanah, banyak konsumennya yang secara implisit akan mempercayainya. Pada akhirnya, para pelanggan ini akan merasa nyaman berbelanja di tempat mereka, yang pada akhirnya akan mendapatkan pahala tersendiri.

³³ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN-Malang press, 2008).

³⁴ <https://tafsirweb.com/7682-surat-al-ahzab-ayat-70.html>

c. *Tabligh*

Tabligh adalah sebuah kata yang berarti "penyampaian". Seorang pebisnis seharusnya dapat menyampaikan manfaat dari suatu produk dengan tetap jujur dan benar. Misalnya, pedagang menjual barang mereka kepada pembeli dengan harga yang lebih tinggi dari perusahaan atau menyembunyikan cacat pada barang dagangan mereka. Pedagang harus diawasi dengan ketat dan diharuskan untuk menghindari penipuan. Lebih banyak pembeli akan datang jika perdagangannya bersih.

Kedua belah pihak harus menghargai toleransi, Islam melakukan perdagangan tidak hanya untuk mendapatkan uang, tetapi juga untuk kemitraan yang bahagia yang menguntungkan kedua belah pihak. Pedagang harus bersikap sopan kepada semua pelanggan. Banyak orang menghargai dan mengapresiasi sikap ramah³⁵. Rasulullah SAW bersabda dalam sebuah hadits agar para pedagang selalu bermurah hati ketika melakukan jual beli. Murah hati menunjukkan sikap baik, ramah, murah senyum, dan mau mengalah serta bertanggung jawab.

d. *Fatanah*

Fatanah yang berarti cerdas. Aktivitas ekonomi dan bisnis didasarkan pada pengetahuan, keterampilan, kejujuran, kebenaran, kredibilitas, dan akuntabilitas. Para pelaku ekonomi harus cerdas dan berwawasan luas agar usahanya efektif dan efisien, memenangkan persaingan, dan terhindar dari korban penipuan. Dalam dunia bisnis, esensi fatanah menghendaki agar bisnis, perbankan, atau lembaga bisnis lainnya dikelola secara cerdas dan kompetitif, sehingga dapat meraih keuntungan maksimal dengan meminimalkan risiko.

Seorang pebisnis yang bijaksana yang memahami kewajiban dan tanggung jawab bisnisnya. Dalam hal pemasaran, pebisnis yang cerdas

³⁵ Shihab, *Berbisnis dengan Allah*, (Tangerang: Lentera Hali Cet II, 2008)

adalah pebisnis yang kreatif dan inovatif.³⁶ Pebisnis profesional harus memiliki sifat *Fatanah* karena semua kegiatan dalam manajemen perusahaan harus dilakukan dengan kecerdasan dan memaksimalkan semua potensi pikiran yang ada untuk mencapai tujuan. Karena memiliki sifat jujur, terbuka, dan bertanggung jawab saja tidak cukup untuk mengoperasikan perusahaan secara kompeten³⁷.

Sifat *Fatanah* dapat dikatakan sebagai teknik bisnis yang unik dalam menghadapi persaingan yang ketat. Dengan kecerdasannya, para pebisnis harus mampu meramalkan situasi persaingan yang akan terjadi akibat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Seperti sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Yusuf ayat 55 :

عَلِيمٌ حَٰوِيٌّ إِلَيْهِ ۖ الْأَرْضُ خَزَائِنٌ عَلَيَّ اجْعَلْنِي قَالًا

Terjemahnya: “jadikanlah aku bendaharannya negara (Mesir); sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan”³⁸.

Karakteristik mendasar dalam nilai-nilai profetik bisnis dan manajemen yang melekat pada diri Rasulullah SAW di atas telah membuahkan kesuksesan ekonomi. Di zaman modern saat ini, karakteristik tersebut nampaknya menjadi langkah yang dimiliki oleh para pelaku bisnis. Sifat-sifat yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW yang telah berkecimpung dalam dunia bisnis selama kurang lebih 25 tahun ini seharusnya menjadi cerminan dan teladan yang mungkin dapat ditiru oleh para pelaku bisnis dalam menjalankan tugasnya sehari-hari³⁹.

K. Jama'ah *Tabligh*

1. Identitas Jama'ah *Tabligh*

Gerakan ini murni gerakan dakwah dan bebas dari motif atau kepentingan

³⁶ Aqil Barqi Yahya, 'Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha', 5.1 (2020).

³⁷ Muhammad Syakir, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006).

³⁸ <https://tafsirweb.com/7682-surat-al-ahzab-ayat-70.html>

³⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus, 2012).

lain seperti partai politik, selain itu gerakan ini bukan organisasi resmi namun diorganisir dan dikontrol melalui markas besar masing-masing, dengan asal-usul pertumbuhan gerakan ini berasal dari India. Gerakan ini tidak memiliki sebutan seperti partai atau kelompok lain, namun secara umum disebut sebagai Jama'ah *Tabligh*. Pendirinya adalah seorang ulama yang prihatin dengan keadaan sekelilingnya, khususnya daerah Mawat India yang pada saat itu masih jauh dari nilai-nilai keislaman, sehingga beliau menuangkan ide untuk menemui masyarakat dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperolehnya, mengajak masyarakat untuk taat kepada Allah dan meneladani Rasulullah SAW⁴⁰.

Jama'ah *Tabligh* adalah laki-laki yang selalu memelihara jenggot, mengenakan pakaian panjang, menutup kepala dengan kain, dan mengenakan celana panjang hingga mencapai mata kaki. Keunikan Jama'ah *Tabligh* juga dapat dilihat dari gerakan dakwahnya, yaitu meninggalkan rumah dan keluarga dalam jangka waktu tertentu di suatu desa atau daerah, berpindah-pindah dari satu desa ke desa lain, dari satu masjid ke masjid lain, sehingga keunikan tersebut merupakan ciri khas Jama'ah *Tabligh* yang berbeda dengan organisasi dakwah lainnya⁴¹.

Jama'ah *Tabligh*, yang didirikan pada awal tahun 1980-an, adalah salah satu organisasi keagamaan yang didedikasikan untuk berdakwah. Jika dibandingkan dengan aliran-aliran lain yang lebih dulu masuk ke Indonesia, kelompok ini memiliki keunikan dan perbedaan. Keunikan dan kekhasan Jama'ah *Tabligh* dapat dilihat dari gerakan dakwahnya yang meninggalkan rumah dan keluarga untuk jangka waktu tertentu untuk pergi dari satu dusun ke dusun lain, dari satu lokasi ke lokasi lain, dan dari satu masjid ke masjid lain.

Metode dakwah Jama'ah *Tabligh*, seperti halnya organisasi-organisasi Islam lainnya di Indonesia, dilakukan melalui jalur sosial-keagamaan dan

⁴⁰ Maulana Muhammad Zakariya Al-Kandhalawi, *Keutamaan Amar Ma'ruf Nahi Munkar* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2003).

⁴¹ Ujang Saepuloh, 'Model Komunikasi Dakwah Jamaah Tabligh', *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 4.14 (2014).

pendidikan. Dalam menjalankan dakwahnya, kelompok ini menggunakan berbagai taktik dan pendekatan. Jika organisasi lain, seperti NU, Muhammadiyah, dan Persis, melakukan dakwahnya di satu lokasi secara permanen, Jamaah *Tabligh* mengirimkan individu-individu secara bergelombang dan berpindah-pindah ke desa-desa dan tempat-tempat tertentu.

Kelompok Jamaah *Tabligh* yang didirikan oleh Maulana Muhammad Ilyas ini menganut falsafah untuk selalu taat dan patuh terhadap segala perintah Allah yang harus dijalankan, sekaligus menjauhi segala larangannya, dengan merujuk semua amalannya kepada sikap dan perilaku Nabi Muhammad SAW. Menurut Muhammad Ilyas, kegiatan dakwah Jamaah *Tabligh* tidak dimaksudkan untuk membangun suatu kelompok tertentu, tetapi lebih pada penyediaan wadah dan metode pemersatu umat Islam yang bersifat universal dan menyeluruh⁴².

Kehidupan dunia, menurut Jamaah *Tabligh*, adalah jalan untuk mengantarkan manusia menuju akhirat. Perilaku yang berlebihan dalam kehidupan dunia tidak dapat dibenarkan karena setiap orang memiliki takdirnya masing-masing. Manusia harus berpikir bahwa kesetiaan kepada Allah akan membawa keberuntungan bagi mereka. Jamaah *Tabligh* meyakini bahwa setiap bidang kehidupan, sekecil apapun, harus serupa dengan apa yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Hal ini terlihat dari cara mereka berpakaian. Anggota Jamaah *Tabligh* mengenakan pakaian khas yang mereka yakini pernah dikenakan oleh Nabi Muhammad SAW. Hal ini termasuk mengenakan jubah, sorban, ikat kepala atau udeng, memelihara jenggot, makan dengan tangan dan menghabiskan banyak waktu di masjid⁴³.

Jama'ah *Tabligh* menggambarkan dirinya sebagai sekte yang cara hidupnya mencerminkan cara hidup Nabi Muhammad SAW. (*Itba'rasul*), termasuk cara berpakaian, makan dan minum, serta beribadah. Jamaah *Tabligh*

⁴² Ujang.

⁴³ Khusniati Rofiah, 'Agama Dan Bisnis (Studi Etos Kerja Pengusaha Di Kalangan Jamaah Tabligh Kabupaten Ponorogo)', 2002..

dikenal sebagai kelompok yang menghabiskan banyak waktu di masjid, namun beberapa anggota Jamaah *Tabligh* dapat menjalankan usaha dan bersaing dengan para pedagang di desa Gamalama. Beberapa dari mereka menjual pakaian Muslim dan hewan ternak.⁴⁴

Secara administratif, keanggotaan Jamaah *Tabligh* tidak memiliki data atau catatan khusus. Anggota Jamaah *Tabligh*, tidak seperti organisasi lain, tidak memiliki nomor anggota atau kartu identitas. Mereka tidak pernah mengisi formulir keanggotaan saat pertama kali bergabung atau setelahnya. Ikatan emosional lebih penting dalam menentukan keanggotaan Jamaah *Tabligh*. Mereka biasanya saling mengenal dan memahami hubungan satu sama lain. Mereka tidak pernah mengetahui identitas sesama anggota kecuali demi *ukhuwah islamiyah*. Ketika ada acara ritual mingguan atau bulanan atau ketika *khuruj* dilaksanakan, keanggotaan dibatasi. Meskipun demikian keanggotaan Jama'ah *Tabligh* dapat dibagi menjadi beberapa kategori yaitu⁴⁵:

a. Anggota aktif

Anggota aktif adalah orang-orang yang secara konsisten berpartisipasi dalam upaya dakwah Jamaah *Tabligh*. Mereka sering membaca *Riyadhus* atau kitab-kitab yang dijadikan rujukan oleh Jamaah *Tabligh* pada saat shalat Dzuhur atau Ashar di berbagai masjid. Setiap malam Jum'at, mereka tidak pernah absen menghadiri pengajian mingguan. Mereka juga selalu mengenakan pakaian yang sesuai dengan sunnah, seperti jubah puth dengan sorban dan jaggut. Mayoritas anggota yang aktif adalah para pedagang.

b. Anggota setengah aktif

Mereka merupakan anggota Jamaah *Tabligh* yang kurang aktif dalam kegiatan dakwah. Jamaah *Tabligh* biasanya adalah para pekerja tetap seperti pegawai sehingga mempunyai waktu terbatas untuk tetap

⁴⁴ Muhibbuddin, 'Eksistensi Harta Dalam Persepsi Jamaah *Tabligh* Gorontalo', *Al-Mizan*, 16.1 (2020).

⁴⁵ Hasanah Uswatun, 'Jama'ah *Tabligh* I (Sejarah Dan Perkembangan)', 6.No 1 (2017).

beraktivitas. Tidak dapat membaca kitab Riyadhus Shalihin atau kitab referensi lainnya secara rutin. Tidak aktif mengikuti pengajian Jumat malam. Mengenakan pakaian putih dan sorban hanya pada acara tertentu saja.

c. Anggota tidak aktif/simpatian atau masi tahap belajar

Apabila tidak diundang oleh anggota yang aktif, anggota jenis ketiga ini tidak berpartisipasi dalam pengumuman. Pada umumnya, mereka tidak memahami dasar-dasar Islam. Mereka tidak pernah mengenakan jubah putih. Mereka tidak memakai turban dan masih ragu-ragu untuk mengidentifikasi diri mereka sebagai anggota Jamaah *Tabligh*. Partisipasi mereka dalam Jamaah *Tabligh* terbatas pada saat diundang untuk khuruj ketika ada waktu luang.

Mayoritas anggota Jamaah *Tabligh* adalah pedagang atau pengusaha. Karena pekerjaan ini tidak membutuhkan banyak waktu, maka pekerjaan ini sangat sesuai dengan sistem dan praktik dakwah Jamaah *Tabligh*. Jamaah *Tabligh*, di sisi lain, tidak melarang pengikutnya untuk bekerja di lembaga-lembaga. Anggota Jamaah *Tabligh* yang bekerja di institusi dengan waktu yang terbatas masih dapat berpartisipasi dalam program *khuruj* tiga hari setiap bulannya. Asumsikan mereka pergi (*khuruj*) setelah bekerja pada hari Jumat sore hingga Senin pagi. Mereka kemudian kembali ke tempat kerja mereka tanpa terlebih dahulu pulang ke rumah. Mereka tidak harus berhenti dari pekerjaannya dan tetap dapat melakukan *khuruj* dengan cara ini..

2. Sumber Pendanaan

Setiap perjalanan dakwah, segala kebutuhan pokok diurus sendiri oleh masing-masing da'i. Anggota Jama'ah *Tabligh* mempertimbangkan menafkahi keluarga mereka serta melakukan dakwah. Aktivitas dakwah mereka bukan berarti melepaskan tanggung jawab menjadi kepala keluarga. Sebelum melakukan khuruj, anggota keluarganya di kampung halaman harus memenuhi kebutuhannya terlebih dahulu. Tidak ada imbalan, gaji, upah, sedikit pun

manfaat materi yang diperoleh melalui kegiatan Dakwah Jamaah *Tabligh*. Mereka ikhlas melakukannya hanya demi dakwah Islam⁴⁶.

Anggota Jama'ah *Tabligh*, termasuk pengusaha, pegawai negeri, seniman, politisi dan banyak profesi sejahtera lainnya, telah mendedikasikan sebagian dari hasil usaha mereka untuk tujuan dakwah dengan segala keikhlasan dan hati nurani. Pendanaan pelaksanaan Khuruj juga seringkali berasal dari para donatur di tingkat daerah maupun pusat. Tidak terkecuali untuk acara Internasional atau ijtima', dana didapatkan dari para donatur Jama'ah *Tabligh*. Termasuk juga membiayai kebutuhan anggota yang kurang mampu seperti untuk membiayai kegiatan khurujnya termasuk membantu memenuhi kebutuhan pokok keluarga yang ditinggalkan ketika melaksanakan khuruj⁴⁷.

Menurut Jamaah *Tabligh*, semua kegiatan ekonomi dirancang untuk kelanjutan usaha dakwah atau khidmah keagamaan, selain untuk memenuhi kebutuhan dasar. Sektor ekonomi dianggap sangat penting dalam menjaga ketenangan beribadah kepada Allah. Seseorang yang semakin terlibat dalam Jamaah *Tabligh* akan bekerja lebih keras karena biaya operasional dakwah mereka terus meningkat. Anggota Jamaah *Tabligh* berkontribusi pada organisasi dakwah. Bagi mereka, semakin banyak mereka berkontribusi pada agama, semakin banyak mereka berinvestasi di akhirat.

Ajaran Jamaah *Tabligh* menyatakan bahwa pekerjaan apa pun selama itu halal adalah pekerjaan yang terpuji, bahwa seseorang tidak boleh rewel dalam bekerja, dan bahwa seseorang tidak boleh menganggap pekerjaan kasar sebagai pekerjaan yang rendah dan memalukan. Namun kalau bisa memilih, maka pekerjaan yang paling utama adalah berhidmat kepada agama, setelah itu berdagang. Sebagaimana sabda Nabi SAW.: “Ketahuilah sesungguhnya dari sepuluh bagian rejeki itu sembilan bagiannya terdapat perdagangan”.

Seperti yang terjadi di kelurahan Gamalama, ada beberapa anggota Jama'ah *Tabligh* yang berprofesi sebagai pedagang dan para pedagang Jama'ah

⁴⁶ Uswatun.

⁴⁷ Uswatun.

Tabligh menjual barang dagangan mereka dan menjalankan usahanya agar kebutuhan mereka terpenuhi dan juga mendapatkan keuntungan demi kebutuhan keluarga. Di kelurahan Gamalama ada beberapa pedagang Jama'ah *Tabligh* yang hampir sama barang dagangan yang mereka jual, rata-rata mereka menjual mulai dari pakaian muslim pria maupun pakaian muslim wanita diantaranya, baju kokoh, mukena, minyak wangi, sarung, peci, tasbih abaya, tasbih, dan siwak.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilaksanakan di kelurahan Gamalama yang bertempat di Jl. Pahlawan Revolusi, Kecamatan Ternate Tengah, Ternate. Fokus pada pedagang Jama'ah *Tabligh*.

2. Waktu Penelitian

Waktu dilaksanakan penelitian ini dilakukan peneliti yaitu dari bulan Juli sampai bulan Agustus 2023.

B. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode dengan proses penelitian berdasarkan gambaran pada suatu fenomena dengan pendekatan datanya bisa menghasilkan analisis deskriptif yang berupa kalimat secara lisan dari objek penelitian. Penelitian kualitatif wajib didukung oleh pengetahuan yang luas dari peneliti, karena peneliti mewawancarai secara langsung objek penelitian yaitu para informan. Pendekatan penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif⁴⁸.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang merealisasikan secara langsung kehidupan sosial manusia. Penelitian lapangan, penelitian bersifat terbuka, tidak terstruktur, dan fleksibel karena peneliti mempunyai kesempatan untuk menentukan fokus penelitian. Penelitian kualitatif berkaitan dengan analisis data non-matematis. Proses ini menghasilkan hasil yang diperoleh melalui data yang dikumpulkan dengan berbagai cara, antara lain wawancara, observasi, dokumentasi atau pengarsipan dan pengujian⁴⁹.

Metode kualitatif merupakan metode yang memerlukan pendekatan berdasarkan hasil wawancara, observasi atau dokumen tertentu. Data tersebut

⁴⁸ Amirudin Zainal, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Press, 2006).

⁴⁹ John Olsson, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, 2008.

kemudian dirangkum dan disaring sehingga dapat dimasukkan ke dalam kategori yang sesuai. Metode kualitatif adalah metode yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk lisan atau tertulis dari orang-orang dan perilaku yang diamati⁵⁰. Sehingga dengan pendekatan kualitatif ini penulis dapat mendeskripsikan serta menjelaskan secara sistematis terhadap data-data kualitatif mengenai Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Muslim Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalama.

C. Sumber Data

Sumber data yang dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut dari hasil penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, sumber data menjadi bahan yang sangat penting dalam sebuah penelitian serta sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penentuan metode dalam pengumpulan data. Sumber data yang diambil dalam penelitian ini ialah sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data primer

Sumber data primer ialah sumber data yang diperoleh secara langsung dan sumber asli. Data primer yang dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian melalui wawancara, yang diberikan secara langsung kepada pedagang muslim Jama'ah *Tabligh* di kelurahan Gamalama⁵¹. Dalam penelitian ini data primer dikumpulkan oleh peneliti berupa wawancara langsung kepada para informan agar mendapatkan hasil dari pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini. Informan pada penelitian ini ialah pedagang 7 orang, dan informan pendukung (Konsumen) 4 orang.

2. Data sekunder

Sumber data sekunder ialah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain misalnya

⁵⁰ Amirudin Dan Zainal Azikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Press, 2006).

⁵¹ Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, Dan Disertasi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2014).

dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram⁵². Data sekunder diperoleh dari observasi dan dokumentasi berupa laporan-laporan, buku-buku dan lain-lain yang terkait dengan permasalahan peneliti⁵³.

D. Instrumen Penelitian

Penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri, sehingga peneliti sebagai instrumen juga perlu memvalidasi bagaimana peneliti kualitatif bersedia melakukan penelitian dan kemudian terjun langsung ke lapangan⁵⁴. Instrumen penelitian juga dapat diartikan sebagai alat yang diperlukan atau digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang diperoleh untuk memperoleh hasil dan kesimpulan. Alat penelitian yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. Panduan wawancara yang disiapkan peneliti berupa daftar pertanyaan terstruktur yang memberikan informasi yang perlu dikumpulkan peneliti.
2. Penyimpanan atau Gadget
3. Buku dan pena

Manfaat dari Instrumen Penelitian adalah sebagai berikut:

1. Informasi diperoleh pada akhir penelitian
2. Sebagai alat untuk mewawancarai informan atau narasumber⁵⁵.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ialah mendapatkan data. Tanpa mengetahui dan memahami teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan⁵⁶. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

⁵² Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005).

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 1993).

⁵⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

⁵⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (KBM Indonesia, 2022).

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017).

1. Observasi

Observasi adalah hasil yang didapatkan melalui proses pengamatan secara langsung pada objek yang akan diteliti. Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara⁵⁷. Pengamatan atau observasi merupakan teknik pengumpulan data yang paling penting dalam penelitian. Observasi berbeda dengan wawancara, karena observasi mempunyai cakupan yang lebih luas, observasi tidak terbatas pada orang saja melainkan mencakup objek, situasi, ruangan, waktu, kondisi dan segala sesuatu yang berhubungan dengan sumber data yang dicari objeknya⁵⁸.

Observasi langsung pada narasumber yaitu dengan cara menghimpun data melalui pengamatan secara langsung, dengan kegiatan sehari-hari dari narasumber. Observasi langsung pada pedagang muslim Jama'ah *Tabligh* dan konsumen di Kelurahan Gamalama. Observasi merupakan bagian dari pengumpulan data. Observasi melibatkan pengumpulan data secara langsung di lapangan. Proses observasi diawali dengan menentukan lokasi yang akan diteliti. Setelah menentukan lokasi penelitian, dilanjutkan dengan pemetaan untuk memperoleh gambaran tujuan penelitian secara menyeluruh. Selanjutnya peneliti menentukan siapa yang akan diamati, kapan, berapa lama, dan bagaimana⁵⁹.

Tujuan utama observasi adalah untuk menunjukkan situasi yang sedang diamati. Kualitas penelitian ditentukan oleh tingkat pemahaman peneliti terhadap situasi dan konteks. Observasi awal penelitian ini adalah peneliti melihat adanya penyimpangan yang terjadi di dalam perdagangan.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&d.*, h, 224.

⁵⁸ Hasyim Hasanah, 'Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)', *At-Taqaddum*, 8.1 (2017).

⁵⁹ Jozef Raco, 'Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya', 2018.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari informan serta mengajukan beberapa pertanyaan kepada narasumber sebagai pihak yang akan dijadikan objek penelitian, tujuan dari wawancara ialah untuk mendapatkan informasi atau keterangan yang lebih mendalam terhadap fenomena-fenomena yang terjadi. Dalam penelitian ini akan mewawancarai para pedagang Jama'ah *Tabligh* yang berada di kelurahan Gamalama.

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, dapat dilakukan secara langsung dan langsung dengan subjek penelitian. Wawancara adalah suatu proses percakapan antara peneliti dan responden dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang orang, peristiwa, perkembangan atau kegiatan yang berkaitan dengan penelitian ini⁶⁰.

Jenis wawancara yang digunakan peneliti ialah wawancara yang terstruktur, yaitu lembar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti untuk mengajukan pertanyaan kepada informan. Peneliti menggunakan wawancara terstruktur, agar jawaban yang diperoleh dari pertanyaan yang sudah ditanyakan akan lebih mudah dikelompokkan dan dianalisis serta proses interview lebih terarah⁶¹. Adapun informan atau narasumber pada penelitian ini ialah pedagang Muslim Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalama dan Konsumen yang berbelanja di lapak Jama'ah *Tabligh*, yang bertujuan untuk mendapat informasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah terjadi. Dokumen bisa berbentuk tulisan, dan gambar. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, ceritera, biografi, peraturan, kebijakan.

⁶⁰ Raco.

⁶¹ Raco.

Dokumen yang berbentuk gambar, seperti foto/dokumentasi⁶². Dokumentasi pada penelitian ini yaitu foto-foto yang diambil saat wawancara bersama para informan dan juga foto dengan informan. Hasil penelitian ini juga akan semakin akurat apabila didukung dengan fakta-fakta yang ada dilapangan seperti foto-foto atau karya tulis akademik yang sudah ada.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain⁶³. Analisis data kualitatif dapat dilakukan apabila data empiris yang diperoleh merupakan data kualitatif yang berbentuk sekumpulan kata, bukan rangkaian angka, dan tidak dapat disusun ke dalam kategori/struktur taksonomi. Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif seringkali dikumpulkan dengan berbagai cara, berupa observasi, wawancara, ringkasan dokumen, dan rekaman audio, serta sering diolah sebelum siap digunakan dalam pencatatan, diketik, diedit, dan ditranskripsikan. selalu menggunakan kata-kata yang biasa disusun dalam teks atau disajikan dalam bentuk narasi⁶⁴.

Teknik analisis data adalah metode atau cara menganalisis data yang dapat diolah untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif, meliputi hasil wawancara, reduksi data, analisis data, dan interpretasi data. Hasil informasi tersebut, sehingga selanjutnya dapat diambil kesimpulan dari informasi yang diperoleh⁶⁵. Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Data *Reduction* (Reduksi Data)

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&d.*, h, 240.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&d.*, h, 224.

⁶⁴ Syafrida H. Sahir (2022).

⁶⁵ Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2018).

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanyadan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan⁶⁶.

Banyak sekali informasi yang diperoleh di tempat kejadian, yang harus dicatat secara cermat dan detail. Semakin lama peneliti berada di lapangan, maka jumlah datanya akan semakin besar, rumit, dan kompleks. Oleh karena itu analisis data harus segera dilakukan dengan menggunakan metode reduksi data. Reduksi data berarti merangkum, menyaring elemen-elemen kunci, memfokuskan pada elemen-elemen penting, dan mencari tema dan pola. Oleh karena itu, data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas sehingga memudahkan peneliti dalam mengumpulkan dan mencari informasi pada saat dibutuhkan atau diperlukan⁶⁷.

Reduksi data merupakan bagian dari teknik analisis data. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang bertujuan untuk mengorientasikan, menyaring, mengklasifikasikan, menghilangkan unsur-unsur yang tidak perlu dan mengorganisasikan data agar dapat diambil kesimpulan dengan mudah dan akurat. Reduksi data merupakan suatu upaya atau cara menyimpulkan data kemudian mengorganisasikannya menjadi data menurut satuan konsep dan tema tertentu⁶⁸.

2. *Display Data* (Penyajian Data)

Penyajian data ialah dikumpulkan seluruh informasi yang akan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Tahap ini bisa

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&d.*

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&d.*

⁶⁸ Ahmad Rijali, 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2019).

dilakukan dengan menyajikan seluruh informasi yang ada sehingga dilakukan penarikan kesimpulan, hal ini dilakukan dengan adanya data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Penyajian data dilakukan semata-mata untuk dapat melihat seluruh gambaran dari hasil. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengelompokan pada setiap pokok masalah⁶⁹.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarik Kesimpulan)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel⁷⁰.

Kesimpulannya juga dapat diverifikasi selama penyelidikan. Pengecekan bisa sesingkat pemikiran atau refleksi yang dilalui peneliti saat menulis, melihat catatan lapangan. Kesimpulan atau yang sering disebut konfirmasi merupakan langkah terakhir dalam menganalisis data penelitian kualitatif. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan cara membandingkan suatu kesesuaian pernyataan dari objek penelitian dengan makna yang terkandung pada konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut. Kesimpulan-kesimpulan itu juga diverifikasi, dengan cara sebagai berikut:

- a. Memikirkan kembali hasilnya selama menulis

⁶⁹ Sahir.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&d.*, h, 246.

- b. Review kembali catatan lapangan
- c. Peninjauan kembali untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif
- d. Lakukan upaya yang lebih luas untuk memasukkan salinan penemuan tersebut ke dalam kumpulan data yang lain⁷¹.

Temuan dari penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa gambaran atau gambaran suatu objek yang tadinya samar atau tidak jelas hingga menjadi jelas melalui penyelidikan, dapat berupa hubungan sebab akibat atau interaktif, hipotesis atau teori⁷².

G. Sistematika Penulisan

Untuk lebih jelas dan mudah dipahami dalam penelitian ini, maka penulis memaparkan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, merupakan bab yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Definisi Konseptual, dan Penelitian Terdahulu.

BAB II Kajian Teori, yang menjelaskan tentang pengertian Etika Bisnis, Pengertian Etika Bisnis Islam, Perilaku Bisnis Rasulullah, dan Jama'ah *Tabligh*.

BAB III Metode Penelitian. Berisi tentang Tempat dan Waktu Penelitian, Rancangan Penelitian, Sumber Data, Instrumen Penelitian, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi tentang sejarah awal mulanya Jama'ah *Tabligh* masuk di Maluku Utara Khususnya Kota Ternate sampai bagaimana masuknya Jama'ah Taligh Ke Kelurahan Gamalama, serta inti dari penelitian yang dilakukan yaitu tentang cara berdagang Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalama apakah sudah sesuai dengan perilaku Rasulullah SAW dalam berdagang.

⁷¹ Rijali.

⁷² Sugiono.

BAB V Penutup, yaitu Kesimpulan dan Saran, di sini dapat ditarik kesimpulan atau intisari dari penelitian yang telah dilakukan serta saran atau masukan dari peneltiti terkait dengan penelitian yang dilakukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Objek Penelitian

Awal masuknya Jama'ah *Tabligh* di Ternate pada tahun 1987 yang dibawa Alm. Ustad Burkahar, Beliau berasal dari Desa Makian. Beliau bersama rombongan Jama'ah *Tabligh* membawa dakwa dari Jakarta ke Maluku Utara khususnya Ternate. Semasa beliau membawa dakwa ada banyak tantangan. Pertama kali beliau berdakwa di ternate bertempat di Kelurahan Falajawa 1 (Masjid Muhajirin), dan itu dijadikan markas pertama di Ternate untuk melakukan kegiatan dakwa, dari dakwa pertama perkembangan dakwanya belum menyeluruh di seluruh pelosok Maluku Utara.

Jama'ah *Tabligh* kemudian berpindah ke Masjid Al-Amin yang berada di Kelurahan Falajawa II dan disitu setiap malam Jum'at melakukan pengajian, bayan atau ceramah, taudipan fadilah orang yang berjuang di jalan Allah. Kemudian ada rombongan-rombongan yang keluar 3 hari sampai 40 hari. Beliau selalu mengkordinasi dengan anggota Jama'ah *Tabligh* yang ada di Jakarta untuk meminta rombongan-rombongan yang ada di luar negeri datang ke Maluku Utara dan disambut dengan baik oleh mereka serta ada dukungan-dukungan moril. Mulai dari situlah Jama'ah *Tabligh* di Maluku Utara mulai jalan dan dikenal oleh masyarakat Ternate.

Pada Tahun 1995 Jama'ah *Tabligh* mulai masuk di berbagai kelurahan-kelurahan yang ada di Ternate salah satunya kelurahan Gamalama. Jama'ah *Tabligh* memiliki markaz di kelurahan Gamalama yang bertempat di musholah al-Anshor. Dan kemudian beberapa masyarakat yang ada di Gamalama mendapatkan hidayah bergabung di Komunitas Jama'ah *Tabligh*. Disitulah mulai dilakukan penyebaran dakwa hingga tersebar di seluruh Ternate.

B. Hasil Penelitian

Proses penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti di Kelurahan Gamalama, Kota ternate yaitu Pedagang Muslim Jamaah *Tabligh*, dengan menggunakan penelitian kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan

data melalui observasi awal, wawancara dan dokumentasi. Wawancara yang digunakan yaitu wawancara yang terstruktur. Penelitian ini menjelaskan penemuan observasi didapati dengan melakukan pegamatan atau observasi awal terhadap beberapa pedagang muslim jamaah *Tabligh* yang ada di kelurahan Gamalama, ternate.

Hasil Wawancara dengan Penjual

Dalam penelitian ini, jumlah informan pedagang Muslim Jama'ah Tablig di Kelurahan Gamalama Ternate sebanyak 7 orang sebagai berikut:

Tabel 4.1 Data Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin
1	Hi. Rustam	59 thn	Laki-Laki
2	Amoragam Hamzah	49 thn	Laki-Laki
3	Arman	51 thn	Laki-Laki
4	Malik Ansar	40 thn	Laki-Laki
5	Rahmat Bayan	43 thn	Laki-Laki
6	El Pilomonu	42 thn	Laki-Laki
7	Djunaidi Kaidah	47 thn	Laki-Laki

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Informan Hi. Rustam

(Saya ba jual/kse pasarkan produk sesuai deng keunggulan produk, trus kalo ad produk yang cacat atau kekurangan produk saya bilang. Saya tara pernah ba jual produk cacat yang tara kse tau pe konsumen. Saya se rinci mungkin saya kse tau

bahan produk, dan ukurannya berapa. Cara saya kse memasarkan produk intinya saya ba jual produk itu yang agak berbeda dengan pedagang lain, misalkan saya ba jualan pakaian muslim lebih mendominasi pakaian perempuan contohnya cadar yang saya jual tara hanya 1 warna tetapi bervariasi dan motifnya berbeda-beda. Setiap ada model baru saya kse pasarkan, saya pajang jadi konsumen yang datang tertarik deng produk yang dijual karena tara itu-itu saja)⁷³.

“saya menjual/memasarkan produk sesuai dengan keunggulan produk, jika ada produk yang cacat atau kekurangan produk disampaikan kepada konsumen. Saya tidak pernah menjual produk cacat yang tidak diberitahukan ke konsumen. Sedetail mungkin saya menyampaikan bahan produk, dan ukurannya berapa. Cara saya memasarkan produk intinya saya menjual produk itu agak berbeda dengan pedagang lain, misalkan saya jualan pakaian muslim lebih mendominasi pakaian perempuan contohnya cadar yang saya jual tidak hanya 1 warna tetapi bervariasi dan motifnya berbeda-beda. Setiap ada model baru saya pasarkan, saya pajang jadi konsumen yang datang tertarik dengan produk yang dijual karena tidak itu-itu saja.”

Etika bisnis dalam Islam yakni sekumpulan peraturan yang melaksanakan usaha seperti jika pedagang harus mengetahui larangan maupun yang dianjurkan sebab dalam Al-Qur'an pedagang tidak boleh mengurangi timbangan harus sesuai dengan adanya. Adapun pribadi yang jujur, adil, benar, merdeka, bahagia, maupun cinta kasih merupakan nilai-nilai yang didorong oleh nilai etik, akhlak maupun moral dari manusia. Sebab hakikat manusia seutuhnya ialah melaksanakan nilai-nilai dari etika. Adapun yang menjadi sumber segala nilai dalam sendi kehidupan yakni Al-Qur'an dan Hadits.

Informan Mita Sari dalam implementasinya, sudah menerapkan etika bisnis Islam. Etika bisnis Islam yang diterapkannya dalam berdagang seperti Quantity (Jujur dalam Takaran) menurut Islam, kejujuran bukan hanya hal yang penting bagi seorang pebisnis yang sukses Namun, etika perusahaan saat ini menempatkan

⁷³ Hi. Rustam, Pedagang, 2023

nilai yang tinggi pada gagasan kejujuran. Quality (Menjual barang yang baik mutunya) seperti kualitas bahan/kain yang berkualitas tinggi. Ramah dan bermurah hati seorang pedagang harus bersikap sopan dan murah hati kepada konsumen. Serta menetapkan harga dengan transparansi.

Informan Amoragam Hamzah

(Iya, biasanya saya ba jual produk rijek saya kse tau pe konsumen, konsumen biasanya ada yang mau ambil dan ada juga yang tidak mau karena biasanya barang yag rijek itu harganya lebe murah jadi ada beberapa konsumen yang mau membelinya karena lebe murah. Saya tara perna ba jual produk cacat. Sampaikan produk kepada konsumen biasanya tergantung selera konsumen misalkan konsumen ba cari kameja bahan katun ya harus kse jelaskan ada size apa, dan jika ada yang ba cari model lain tapi jika tara ada kami kse tawar ke produk lain. Biasanya saya pajang model-model pakaian terbaru, dan unik untuk menarik konsumen belanja di toko kami)⁷⁴.

“Iya biasanya saya menjual produk rijek saya memberitahukan kepada konsumen, konsumen biasanya ada yang mau ambil dan ada juga yang tidak mau karena biasanya barang yang rijek itu harganya lebih murah jadi ada beberapa konsumen yang mau membelinya karena harganya lebih murah. Saya tidak pernah menjual produk yang cacat. Menyampaikan produk kepada konsumen biasanya tergantung selera konsumen misalkan konsumen mencari kameja bahan katun ya harus dijelaskan ada size apa, dan jika ada yang mencari model lain tapi jika tidak ada kami tawarkan ke produk lain. Biasanya saya pajang model-model pakaian terbaru, dan unik untuk menarik konsumen belanja di toko kami.”

Etika bisnis dalam Islam yakni sekumpulan peraturan yang melaksanakan usaha seperti jika pedagang harus mengetahui larangan maupun yang dianjurkan sebab dalam Al-Qur’an pedagang tidak boleh mengurangi timbangan harus sesuai dengan adanya. Adapun pribadi yang jujur, adil, benar, merdeka, bahagia, maupun cinta kasih merupakan nilai-nilai yang didorong oleh nilai etik, akhlak maupun

⁷⁴ Amoragam Hamzah, Pedagang, 2023.

moral dari manusia. Sebab hakikat manusia seutuhnya ialah melaksanakan nilai-nilai dari etika. Adapun yang menjadi sumber segala nilai dalam sendi kehidupan yakni Al-Qur'an dan Hadits.

Dilihat dari kesuksesan cara berdagang Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pebisnis merupakan satu kesatuan yang utuh dari kemandirian dan semangat berwirausaha. Kejujuran, amanah, kecerdasan, dan keterampilan, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah sehingga menjadi faktor penting dalam menggapai kesuksesan sebagai seorang pedagang. Dari ke empat perilaku Rasulullah SAW yang diajarkan meliputi *Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh* dan *Fatanah* dalam berdagang, Informan Apriani dalam implementasinya, sudah menerapkan etika bisnis Islam.

Informan Arman

(Iya, saya lebe mengutamakan keunggulan produk seperti kualitas bahannya, jika kualitasnya premium harganya lebih tinggi, dan jika ada produk yang cacat saya akan kse tau pe konsumen deng ba jual harga lebe murah. Saya tara pernah ba jual produk yang cacat. Deng cara saya kse tawarkan produk berdasarkan kualitas bahwa ini kualitasnya lebe bagus dan harganya bgini, tra mungkin saya ba jual kualitas produk yang kurang bagus deng harga yang lebe tinggi. Cara saya dengan menata tanpa jualan deng barang kse menarik mungkin, supaya menarik perhatian konsumen, asal kita pintar-pintar menata barang seperti produk dipajangan diganti setiap minggu deng produk yang baru atau produk yang sama deng warna yang baru)⁷⁵.

“Iya, saya lebih mengutamakan keunggulan produk seperti kualitas bahannya, jika kualitasnya premium harganya lebih tinggi, dan jika ada produk yang cacat saya akan memberitahukan kepada konsumen dengan menjual harga yang lebih murah. Saya tidak pernah menjual produk yang cacat. Dengan cara saya

⁷⁵ Arman, Pedagang, 2023.

menawarkan produk berdasarkan kualitas bahwa ini kualitasnya lebih bagus dan harganya segini, tidak mungkin saya menjual kualitas produk yang kurang bagus dengan harga yang lebih tinggi. Cara saya dengan menata tempat jualan dan barang semenarik mungkin, supaya menarik perhatian konsumen, asal kita pintar-pintar menata barang seperti produk dipajang diganti setiap minggu dengan produk yang baru atau produk yang sama dengan warna yang baru.”

Etika bisnis dalam Islam yakni sekumpulan peraturan yang melaksanakan usaha seperti jika pedagang harus mengetahui larangan maupun yang dianjurkan sebab dalam Al-Qur'an pedagang tidak boleh mengurangi timbangan harus sesuai dengan adanya. Adapun pribadi yang jujur, adil, benar, merdeka, bahagia, maupun cinta kasih merupakan nilai-nilai yang didorong oleh nilai etik, akhlak maupun moral dari manusia. Sebab hakikat manusia seutuhnya ialah melaksanakan nilai-nilai dari etika. Adapun yang menjadi sumber segala nilai dalam sendi kehidupan yakni Al-Qur'an dan Hadits.

Pedagang muslim Jama'ah *Tabligh* (Elvi) dalam implementasinya, sudah menerapkan etika bisnis Islam. Adapun nilai-nilai etika bisnis Islam yang diterapkannya yakni: Tauhid, dibidang ekonomi mendorong para pelaku ekonomi untuk meyakini bahwa harta benda hanya milik Allah SWT. Keadilan, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Kehendak bebas, perspektif ekonomi Islam, manusia yang baik adalah manusia yang menggunakan kebebasan dalam kerangka tauhid dan keseimbangan. Yang didasarkan pada hukum-hukum Allah SWT, khususnya usaha yang bebas riba. Tanggung Jawab dan Ihsan, dalam konteks bisnis, ihsan adalah kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tujuan berbuat kebaikan.

Informan Malik Ansar

(Iya benar, saya dapat kse rekomendasi salah satu produk kami deng kualitas yang bagus, warna, ukuran, yang sesuai deng apa yang konsumen mau atau yang dibutuhkan. Saya pernah ba jual produk yang cacat tetapi tara kse tau ke konsumen, tetapi dijual deng harga yang lebe murah/kse kurang harga produk.

Dengan cara menata ulang produk kami di depan toko agar menarik perhatian konsumen)⁷⁶.

“Iya benar, saya dapat merekomendasikan salah satu produk kami dengan kualitas yang bagus, warna, ukuran yang sesuai dengan apa yang konsumen mau atau yang dibutuhkan. Saya pernah jual produk yang cacat tetapi tidak diberitahukan ke konsumen, tetapi dijual dengan harga yang lebih murah/mengurangi harga produk. Dengan cara menata ulang produk kami di depan toko agar menarik perhatian konsumen.”

Etika bisnis dalam Islam yakni sekumpulan peraturan yang melaksanakan usaha seperti jika pedagang harus mengetahui larangan maupun yang dianjurkan sebab dalam Al-Qur'an pedagang tidak boleh mengurangi timbangan harus sesuai dengan adanya. Adapun pribadi yang jujur, adil, benar, merdeka, bahagia, maupun cinta kasih merupakan nilai-nilai yang didorong oleh nilai etik, akhlak maupun moral dari manusia. Sebab hakikat manusia seutuhnya ialah melaksanakan nilai-nilai dari etika. Adapun yang menjadi sumber segala nilai dalam sendi kehidupan yakni Al-Qur'an dan Hadits.

Informan Malik Ansar dalam implementasinya, belum menerapkan etika bisnis Islam. Sebagai seorang bisnis informan tidak jujur dalam menyampaikan kualitas produk atau kekurangan produk dan menjual barang yang kurang baik mutunya. Sedangkan dalam nilai-nilai etika bisnis Islam seorang pedagang harus memperhatikan berbagai norma etika bisnis Islam yang ditetapkan dalam Islam, Seperti Quantity (Jujur dalam takaran), Quality (Menjual barang yang baik mutunya), ramah dan bermurah hati dan menetapkan harga secara transparan.

Informan Rahmat Bayan

(Iya, saya pernah jual produk cacat tapi kami kse tau kepada konsumen, kami menjual dengan harga yang lebih murah. Kami kse tau produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan yang dicari konsumen. Dengan memilih model dan kualitas bahan

⁷⁶ Malik Anshar, Pedagang, 2023.

deng harga terjangkau).⁷⁷

“Iya, saya pernah menjual produk cacat tapi kami memberitahukan kepada konsumen, kami menjualnya dengan harga yang lebih murah. Kami menyampaikan produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan yang dicari konsumen. Dengan memilih model dan kualitas bahan dengan harga terjangkau.”

Etika bisnis dalam Islam yakni sekumpulan peraturan yang melaksanakan usaha seperti jika pedagang harus mengetahui larangan maupun yang dianjurkan sebab dalam Al-Qur’an pedagang tidak boleh mengurangi timbangan harus sesuai dengan adanya. Adapun pribadi yang jujur, adil, benar, merdeka, bahagia, maupun cinta kasih merupakan nilai-nilai yang didorong oleh nilai etik, akhlak maupun moral dari manusia. Sebab hakikat manusia seutuhnya ialah melaksanakan nilai-nilai dari etika. Adapun yang menjadi sumber segala nilai dalam sendi kehidupan yakni Al-Qur’an dan Hadits.

Dilihat dari kesuksesan cara berdagang Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pebisnis merupakan satu kesatuan yang utuh dari kemandirian dan semangat berwirausaha. Kejujuran, amanah, kecerdasan, dan keterampilan, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah sehingga menjadi faktor penting dalam menggapai kesuksesan sebagai seorang pedagang. Dari ke empat perilaku Rasulullah SAW yang diajarkan meliputi *Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh* dan *Fatanah* dalam berdagang, Informan Rina Untu dalam implementasinya, sudah menerapkan etika bisnis Islam.

Informan El Pilomonu

(Iya, Alhamdulillah saya tra perna ba jual barang yang cacat. Saya kse jelaskan produk deng cara jelaskan kualitas produk agar konsumen tertarik dengan produk yang kita jual. Caranya saya ba jual berbeda deng pedagang yang lain agar konsumen tertarik deng dagangan saya. Seperti motif yang berbeda dan model

⁷⁷ Rahmat Bayan, Pedagang, 2023.

pakaian yang berbeda)⁷⁸.

“Iya, Alhamdulillah saya tidak pernah menjual barang yang cacat. Saya menjelaskan produk dengan cara menjelaskan kualitas produk agar konsumen tertarik dengan produk yang kita jual. Caranya saya menjual berbeda dengan pedagang yang lain agar konsumen tertarik dengan dagangan saya. Seperti motif yang berbeda dan model pakaian yang berbeda.”

Etika bisnis dalam Islam yakni sekumpulan peraturan yang melaksanakan usaha seperti jika pedagang harus mengetahui larangan maupun yang dianjurkan sebab dalam Al-Qur’an pedagang tidak boleh mengurangi timbangan harus sesuai dengan adanya. Adapun pribadi yang jujur, adil, benar, merdeka, bahagia, maupun cinta kasih merupakan nilai-nilai yang didorong oleh nilai etik, akhlak maupun moral dari manusia. Sebab hakikat manusia seutuhnya ialah melaksanakan nilai-nilai dari etika. Adapun yang menjadi sumber segala nilai dalam sendi kehidupan yakni Al-Qur’an dan Hadits.

Pedagang muslim Jama’ah *Tabligh* (El Pilonomu) dalam implementasinya, sudah menerapkan etika bisnis Islam. Adapun nilai-nilai etika bisnis Islam yang diterapkannya yakni: Tauhid, dibidang ekonomi mendorong para pelaku ekonomi untuk meyakini bahwa harta benda hanya milik Allah SWT. Keadilan, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Kehendak bebas, perspektif ekonomi Islam, manusia yang baik adalah manusia yang menggunakan kebebasan dalam kerangka tauhid dan keseimbangan. Yang didasarkan pada hukum-hukum Allah SWT, khususnya usaha yang bebas riba. Tanggung Jawab dan Ihsan, dalam konteks bisnis, ihsan adalah kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tujuan berbuat kebaikan.

Informan Djunaidi Kaidah

(Iya, benar saya mengedepankan keunggulan produk di toko kami. Saya tra perna ba jual-jual produk yang cacat. Saya kse sampaikan suatu produk ke konsumen

⁷⁸ El Pilomonu, Pedagang, 2023

deng barang yang kualitas yang bagus seperti celana yang bermerek almiyah deng kualitas produk terbaik di Indonesia. Dagangan kami memiliki produk yang lebe lengkap diantara pedagang lainnya, maka dari itu kami selalu mendapatkan konsumen ditengah persaingan deng pedagang yang ba jual produk kaya kami)⁷⁹.

“Iya benar saya mengedepankan keunggulan produk di toko kami. Saya tidak pernah menjual menjual produk yang cacat. Saya menyampaikan suatu produk ke konsumen dengan barang yang kualitas yang bagus seperti celana yang bermerek almiyah dengan kualitas produk terbaik di Indonesia. Dagangan kami memiliki produk yang lebih lengkap di antara pedagang lainnya, maka dari itu kami selalu mendapatkan konsumen ditengah persaingan dengan pedagang yang menjual produk seperti kami.”

Etika bisnis dalam Islam yakni sekumpulan peraturan yang melaksanakan usaha seperti jika pedagang harus mengetahui larangan maupun yang dianjurkan sebab dalam Al-Qur’an pedagang tidak boleh mengurangi timbangan harus sesuai dengan adanya. Adapun pribadi yang jujur, adil, benar, merdeka, bahagia, maupun cinta kasih merupakan nilai-nilai yang didorong oleh nilai etik, akhlak maupun moral dari manusia. Sebab hakikat manusia seutuhnya ialah melaksanakan nilai-nilai dari etika. Adapun yang menjadi sumber segala nilai dalam sendi kehidupan yakni Al-Qur’an dan Hadits.

Dilihat dari kesuksesan cara berdagang Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pebisnis merupakan satu kesatuan yang utuh dari kemandirian dan semangat berwirausaha. Kejujuran, amanah, kecerdasan, dan keterampilan, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah sehingga menjadi faktor penting dalam menggapai kesuksesan sebagai seorang pedagang. Dari ke empat perilaku Rasulullah SAW yang diajarkan meliputi *Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh* dan *Fatanah* dalam berdagang, Informan satya dalam implementasinya, sudah menerapkan etika bisnis Islam

⁷⁹ Djunaidi Kaidah, Pedagang, 2023.

Tabel 4.2 Hasil penerapan etika bisnis Islam pada pedagang

No	Nama	Implementasinya			
		Quantity	Quality	Menetapkan harga transparan	Ramah dan bermurah hati
1.	Hi. Rustam	✓	✓	✓	✓
2.	Amoragam Hamzah	✓	✓	✓	✓
3.	Arman	✓	✓	✓	✓
4.	Malik Ansar	✗	✗	✓	✓
5.	Rahmat Bayan	✓	✓	✓	✓
6.	El Pilomonu	✓	✓	✓	✓
7.	Djunaidi Kaidah	✓	✓	✓	✓

Sumber: Hasil penelitian, 2023

Hasil wawancara menunjukkan 6 dari 7 informan pedagang sebagian besar sudah menerapkan cara berdagang Rasulullah SAW yang meliputi *Siddiq*, *Amanah*, *Tabligh* dan *Fatanah*. Hal tersebut dibuktikan dengan bagaimana perilaku pedagang kepada konsumen seperti memberikan informasi mengenai kualitas produk yang diinginkan konsumen serta memberitahu konsumen jika ada produk yang cacat dengan menjual harga yang lebih murah. Terdapat hasil 1 orang informan tidak melakukan perilaku yang diajarkan Rasulullah SAW seperti tidak memberitahu konsumen bahwa barang yang dijual ada sedikit cacat tetapi penjual tidak memberitahukan kepada konsumen dan mengambil keputusan sepihak dengan menurunkan harga produk/menjualnya dengan harga yang lebih murah. Ini terbukti dengan adanya konsumen yang pernah menerima barang cacat. Jadi hampir semua pedagang muslim Jama'ah *Tabligh* di kelurahan Gamalama sudah menerapkan etika berdagang dalam Islam.

Hasil Wawancara dengan Informan Pendukung (Konsumen)

Dalam penelitian ini, peneliti menambahkan 4 orang informan pendukung yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian ini. Adapun klasifikasi informan pendukung sebagai berikut:

Tabel 4.3 Data Informan Pendukung

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin
1	Asri Ambran	40th	Perempuan
2	Hamsia Rahim	48th	Perempuan
3	Fauzan Latar	38th	Laki-laki
4	Abdurahman	55th	Laki-laki

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Informan Asri Ambran

Bagaimana Pendapat Anda mengenai kejujuran pedagang Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalam? (Baik)

Pernahkah anda mengalami membeli produk yang cacat yang tidak diberitahukan pedagang? (Tara Pernah/Tidak Pernah)

Bagaimana pelayanan dari pedagang Jama'ah *Tabligh* ketika anda membeli produk yang ditawarkan? (Baik)

Pernahkah anda sebagai konsumen membeli produk cacat yang menurut pedagang kualitasnya baik? (Tara Pernah/Tidak Pernah)⁸⁰.

Informan Hamsia Rahim

Bagaimana Pendapat Anda mengenai kejujuran pedagang Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalam? (Selama belanja di Jama'ah *Tabligh* Alhamdulillah bagus/ Selama berbelanja di Jama'ah *Tabligh* Alhamdulillah bagus.)

Pernahkah anda mengalami membeli produk yang cacat yang tidak diberitahukan pedagang? (Tara Pernah/Tidak Pernah)

Bagaimana pelayanan dari pedagang Jama'ah *Tabligh* ketika anda membeli produk

⁸⁰ Asri Ambran, Konsumen, 2023

yang ditawarkan? (pelayanan Jama'ah *Tabligh* kse tawarkan produk selalu baik dan ramah/ Pelayanan Jamaah *Tabligh* dalam menawarkan produk selalu baik dan ramah)

Pernahkah anda sebagai konsumen membeli produk cacat yang menurut pedagang kualitasnya baik? (saya tara perna mendapatkan produk yang cacat/ saya tidak pernah mendapatkan produk yang cacat)⁸¹.

Informan Fauzi Latar

Bagaimana Pendapat Anda mengenai kejujuran pedagang Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalam? (Alhamdulillah jujur aja)

Pernahkah anda mengalami membeli produk yang cacat yang tidak diberitahukan pedagang? (Tara Pernah/Tidak Pernah)

Bagaimana pelayanan dari pedagang Jama'ah *Tabligh* ketika anda membeli produk yang ditawarkan? (Baik)

Pernahkah anda sebagai konsumen membeli produk cacat yang menurut pedagang kualitasnya baik? (Tidak Pernah)⁸².

Informan Abdurahman

Bagaimana Pendapat Anda mengenai kejujuran pedagang Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalam? (Baik)

Pernahkah anda mengalami membeli produk yang cacat yang tidak diberitahukan pedagang? (pernah tapi saya tara tau apakah dorang tau produk yang saya beli cacat katarada/ pernah tapi saya tidak tau apakah pedagang mengetahui produk yang saya beli cacat atau tidak)

Bagaimana pelayanan dari pedagang Jama'ah *Tabligh* ketika anda membeli produk yang ditawarkan? (Alhamdulillah Baik)

Pernahkah anda sebagai konsumen membeli produk cacat yang menurut pedagang

⁸¹ Hamsi Rahim, Konsumen, 2023.

⁸² Fauzi Latar, Konsumen, 2023

kualitasnya baik? (sejauh ini produk yang saya beli kualitasnya bagus)⁸³.

Tabel 4.4 Penilaian Konsumen terhadap Pedagang Jama'ah *Tabligh*

No	Nama	Implementasinya			
		Shidiq	Amanah	<i>Tabligh</i>	<i>Fatanah</i>
1	Asri Ambran	✓	✓	✓	✓
2	Hamsia Rahim	✓	✓	✓	✓
3	Fauzi Latar	✓	✓	✓	✓
4	Abdurahman	✓	✗	✓	✓

Sumber: Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil di atas respon konsumen tentang cara berdagang Jama'ah *Tabligh* sebagian besar sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, tetapi ada juga yang menyatakan ada pedagang yang cara berjualannya kurang amanah seperti tidak memberitahu pedagang adanya barang yang cacat, ada noda dan sebagainya.

Etika bisnis yang Islami merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang selanjutnya melakukan hal yang benar berkenaan dengan aktivitas bisnisnya. Etika bisnis Islam merupakan studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kegiatan bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Dalam ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang bertentangan, sebab bisnis yang merupakan simbol dari urusan duniawi juga dianggap sebagai integral dari hal-hal yang bersifat investasi akhirat. Artinya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kiadah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengetahuan bisnis tidak dibatasi dengan urusan dunia saja, tetapi mencakup seluruh kegiatan di dunia yang “dibisniskan” (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat.

⁸³ Abdurahman, Konsumen, 2023.

Berdasarkan wawancara-wawancara tersebut, dapat diuraikan bahwa perilaku pedagang Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalama, memiliki perilaku yang cerdas, terampil, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah. Akan tetapi ada pedagang Jama'ah *Tabligh* kurang jujur dalam menyampaikan kekurangan suatu produk yang di pasarkan/ditawarkan ke konsumen.

Hasil wawancara menunjukkan 6 dari 7 informan pedagang sebagian besar sudah menerapkan etika bisnis Islam dan cara berdagang Rasulullah SAW. Hal tersebut dibuktikan dengan bagaimana perilaku pedagang secara *Quantity* dan *Quality* seperti jujur dalam memberikan informasi mengenai kualitas produk yang diinginkan konsumen serta memberitahu konsumen jika ada produk yang cacat dengan menjual harga yang lebih murah, menetapkan harga dengan transparan, ramah dan murah hati terhadap konsumen dan membangun hubungan baik antar rekan kerja. Terdapat hasil 1 orang informan tidak melakukan perilaku yang diajarkan Rasulullah SAW dan tidak menerapkan etika bisnis Islam, seperti tidak jujur memberitahu konsumen bahwa barang yang dijual ada sedikit cacat dan penjual mengambil keputusan sepihak dengan menurunkan harga produk/menjualnya dengan harga yang lebih murah. Ini terbukti dengan adanya konsumen yang pernah menerima barang cacat. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang Muslim Jama'ah *Tabligh* di kelurahan Gamalama Ternate sudah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dan Perilaku bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW.

C. Pembahasan

Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip moralitas. Kajian etika bisnis terkadang merujuk kepada *managemen etis* atau *organizational etis*. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis. Moralitas di sini, sebagaimana disinggung di atas berarti: aspek baik/buruk, terpuji/tercela, benar/salah, wajar/tidak wajar,

pantas/tidak pantas dari perilaku manusia. Kemudian dalam kajian etika bisnis Islam ditambah dengan halal-haram.⁸⁴

Etika adalah ilmu atau pengetahuan tentang apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk dijunjung tinggi atau untuk diperbuat (*Ethics is the science of good and bad*). Etika yang baik itu mencakup:⁸⁵

1. Kejujuran (*Honesty*): mengatakan dan berbuat yang benar, menjunjung tinggi kebenaran.
2. Ketetapan (*Reliability*): janjinya selalu tepat, tepat menurut isi janji (ikrar), waktu, tempat, dan syarat.
3. Loyalitas: setia kepada janjinya sendiri, setia kepada siapa saja yang dijanjikan kesetiaannya, setia kepada organisasinya, berikut pimpinannya, rekan-rekan, bawahan, relasi, klien anggaran dasar dan anggaran rumah tangganya.
4. Disiplin: tanpa disuruh atau dipaksa oleh siapapun taat kepada sistem, peraturan, prosedur, dan teknologi yang telah ditetapkan.

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dan buruk serta keilmuan yang bersifat normative karena menentukan apa yang harus dilakukan oleh individu yang kadangkala merujuk pada etika manajemen yang secara sederhana membatasi kerangka acuan kepada konsepsi sebuah organisasi.

Bisnis adalah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang. Bisnis berlangsung karena adanya ketergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan individu (privat) yang terorganisir atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang maupun jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis

⁸⁴ Abd.ghafur, 'Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam Abd. Ghafur 1', *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 2018.

⁸⁵ Pandji Anoraga.

dilakukan untuk mendapatkan keuntungan (profit), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial.

Etika bisnis Islam ialah berbagai perilaku etis dalam Islam disebut dengan Akhlak al-Islamlyah yang dikemas melalui nilai-nilai syariah yang lebih mendahulukan halal maupun haram. Etika bisnis dalam Islam yakni sekumpulan peraturan yang melaksanakan usaha seperti jika pedagang harus mengetahui larangan maupun yang dianjurkan sebab dalam Al-Qur'an pedagang tidak boleh mengurangi timbangan harus sesuai dengan adanya. Adapun pribadi yang jujur, adil, benar, merdeka, bahagia, maupun cinta kasih merupakan nilai-nilai yang didorong oleh nilai etik, akhlak maupun moral dari manusia. Sebab hakikat manusia seutuhnya ialah melaksanakan nilai-nilai dari etika.

Etika Bisnis Islam ialah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Dalam berdagang, harus memiliki etika bisnis, bahkan dalam Islam etika tersebut memiliki kriteria sebagai berikut:

1. *Khuluq* adalah dalam berdagang mengetahui tata aturan perdagangan.
2. *Khayr* adalah baik dalam beretika bisnis harus mengetahui kebaikan yang terdapat dalam berdagang, dalam berdagang harus menegakkan kebaikan antara satu dengan yang lainnya.
3. *Adl* adalah adil dalam berdagang.
4. *Haqq* adalah kebenaran berdagang misalnya penjual pakaian harus mengakui kebenaran bahwa yang di jual tersebut adalah pakaian yang dijual memiliki kualitas yang bagus.
5. *Taqwa* artinya takwa dalam bidang berdagang jangan berbuat kecurangan dalam menjalani jual beli barang. Bisnis yang bertujuan *Falah* mengetahui keselamatan dunia dan akhirat berlandaskan dalam Al-Qur'an.

Berbisnis ialah kegiatan yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan nabi sendiri menyatakan itu sembilan Sepuluh pintu keberuntungan melewati

perdagangan.⁸⁶ Artinya, melalui jalan berdagang, pintu-pintu rejeki akan dapat terbukasehingga karunia Allah terpancar padanya. Dengan demikian etika bisnis tidak hanya dapat dilihat dari aspek etika secara persial, karena bisnispun dalam pandangan al-Qur'an telah menyatu dengan nilai-nilai etika ketika etika dipahami sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah, maka etika diperlukan dalam berbisnis.

Tujuan berbisnis dalam Islam, bukanlah sekedar memenuhi naluri yakni hidup untuk kepentingan perut. Berbisnis bagi umat Islam tentu tidak hanya dilandasi oleh tujuan-tujuan yang bersifat duniawi belaka. Lebih dari itu, berbisnis adalah untuk beribadah, berta'abbud, memperhambakan diri, mencari keridaan Allah Swt. Sesuai dengan pola hidup yang diajarkan Islam, bahwa seluruh kegiatan hidup, harta, kematian semata-mata dipersembahkan kepada Allah Swt. Ucapan yang selalu dinyatakan dalam do'a *iftitah* sholat, merupakan bukti nyata bahwa tujuan yang paling tinggi dari segala tingkah laku menurut pandangan etika Islam adalah mendapatkan rida dari Allah Swt.

Dengan kendali syariah, bisnis bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu:

1. Target Hasil

Tujuan bisnis tidak hanya untuk memperoleh profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh benefit (keuntungan atau manfaat) non materi. Dalam islam, bisnis tidak hanya mencari *qimah madiyah*, tetapi juga *qimah insaniyyah*, *Qimah khuluqiyah* dan *qimah ruhiyah*. Dalam setiap aktivitas bisnisnya seorang muslim selain harus neraih imah yang dituju, upaya yang dilakukan itu juga haruslah sesuai dengan aturan Islam. Dengan kata lain, ketika melakukan suatu aktivitas harus disertai dengan kesadaran hubungannya dengan Allah Swt.

2. Pertumbuhan

⁸⁶ Veithzal Rivai.

Dalam bisnis harus diupayakan adanya pertumbuhan atau kenaikan terus menerus dari setiap profit atau benefit.

3. Keberlangsungan

Belum sempurna orientasi manajemen suatu bisnis bila hanya berhenti pada pencapaian target hasil dan pertumbuhan, karena itu perlu diupayakan terus agar pertumbuhan target hasil yang telah diraih dapat dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama.

4. Keberkahan atau keridaan Allah

Faktor keberkahan merupakan puncak kebahagiaan manusia muslim. Bila ini tercapai, menandakan terpenuhinya dua syarat diterimanya amal manusia yakni adanya elemen niat ikhlas dan cara yang sesuai dengan tuntunan syariat.

Prasyarat untuk meraih keberkahan seorang pedagang harus memperhatikan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis yang telah digariskan dalam Islam, antara lain sebagai berikut:

a. Quantitiy (Jujur dalam Takaran)

Kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam. Tapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. William C. Byham mengatakan bahwa etika bisnis membangun kepercayaan dan kepercayaan adalah dasar dari pada bisnis modern.

b. Quality (Menjual barang yang baik mutunya)

Dalam hal mutu, pelaku bisnis harus memberikan barang yang baik mutunya yang berarti tidak mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Karena tanggung jawab merupakan keseimbangan (balance) antara memperoleh keuntungan (profit) dan memenuhi norma-norma dasar masyarakat baik berupa hukum, etika ataupun adat.

c. Dilarang menggunakan sumpah

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dikalangan pedagang dikelas bawah apa yang dikenal obral sumpah. Dalam Islam perbuatan semacam itu tidak dibenarkan karena juga akan menghilangkan keberkahan sebagaimana sabda Rasulullah SAW: Dari Abu Hurairah r.a, saya mendengar Rasulullah saw. Bersabda: “Sumpah itu melariskan dagangan, tetapi menghapus keberkahan.

d. Ramah dan bermurah hati

Seorang pebisnis diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap client karena dengan begitu pebisnis akan mendapat berkah. Wujud refleksi dari sikap ramah yang menyejukkan hati salah satunya yakni senyum sehingga para client akan merasa senang.

e. Membangun hubungan baik antar rekan kerja

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun, inklud antar sesama pelaku bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu di atas yang lain, baik dalam bentuk monopoli, oligopoly maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan rasa pemerataan pendapatan. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW, yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari: “Bahwasannya Rasulullah Saw. Bersabda: Barang siapa mengaharap dimudahkan rezekinya dan dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia menjalin hubungan sillaturrahim.

f. Menetapkan harga dengan transparan

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga dengan terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam riba. Meskipun dalam dunia bisnis setiap pelaku bisnis ingin memperoleh keuntungan tapi harus tetap menghormati hak-hak setiap client. Rafik Issa Beekun, ia mengemukakan sembilan pedoman etika umum bagi bisnis kaum

muslim, diantaranya yaitu: jujur, menepati janji, mencintai Allah SWT, lebih dari mencintai perniagaan, berbisnis dengan muslim sebelum dengan non-muslim, rendah hati dalam menjalani hidup, menjalankan musyawarah dalam semua masalah, tidak terlibat dalam kecurangan, tidak boleh menyuap dan berbisnis secara adil.

Adapun ketentuan dasar dari etika bisnis Islam yang merupakan nilai-nilai etika bisnis Islam ada lima diantaranya yakni:

a. Tauhid

Tauhid adalah asas filsafat ekonomi Islam yang menjadi dasar ilmu ekonomi dan praktek yang relevan dengan nilai logik, etik dan estetika yang dapat di fungsionalisasikan ke dalam ekonomi manusia. Tauhid dalam bidang ekonomi mengantarkan para pelaku ekonomi untuk berkeyakinan bahwa harta benda adalah milik Allah SWT semata.

b. Keadilan

Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT, dalam surat Al-Maidah ayat 8:

Terjemahnya: 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 Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.

Keseimbangan atau keadilan menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan harmoni pada alam semesta. Dengan demikian keseimbangan, kebersamaan, kemoderatan merupakan prinsip etis mendasar yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis.

c. Kehendak bebas

Kebebasan, berarti manusia sebagai individu dan kolektivitas,

mempunyai kebebasan penuh untuk melakukan aktivitas bisnis. Manusia yang baik dalam prespektif ekonomi Islam adalah yang menggunakan kebebasan dalam kerangka tauhid dan keseimbangan. Yang berlandaskan pada aturan dari Allah SWT terutama usaha bebas riba.

d. Tanggung jawab

Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal mustahil, lantaran tidak menuntut tanggung jawab. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, setiap manusia harus mempertanggung jawabkan tindakannya. Karena itu menurut Sayyid Qutub prinsip pertanggungjawaban Islam adalah pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, individu dan sosial antara suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya.

e. Ihsan

Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun di akhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Dalam konteks bisnis, ihsan adalah kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tujuan berbuat kebaikan.

Kesuksesan cara berdagang Nabi Muhammad SAW sebagai seorang pebisnis merupakan satu kesatuan yang utuh dari kemandirian dan semangat berwirausaha. Kejujuran, amanah, kecerdasan, dan keterampilan, komunikasi dan pelayanan yang baik, membangun jaringan dan kemitraan serta keselarasan dalam bekerja dan beribadah sehingga menjadi faktor penting dalam menggapai kesuksesan sebagai seorang pedagang. Dalam berbisnis, sifat-sifat seperti itu yang beliau lakukan setiap melakukan aktivitas bisnis yang kemudian sikap tersebut yang mendatangkan keberhasilan. Adapun ada 4 sifat Nabi Muhammad SAW yang harus diikuti dalam berdagang:

a. *Siddiq*

Siddiq yang berarti jujur atau benar dalam manajemen bisnis. Kejujuran adalah salah satu ciri paling jelas dari seorang mukmin. Setiap umat Islam harus mempunyai sikap jujur dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam urusan komersial. Allah memerintahkan umatnya untuk mengatakan kebenaran dan menciptakan lingkungan kejujuran. Di antara bentuk-bentuk kejujuran adalah hendaknya seorang pengusaha dalam jual belinya dengan lugas dan transparan sehingga mendatangkan ketenangan di hati, semoga Allah ridha dengan muamalahnya dan menaikkan derajatnya ke surga agar profetik dan jujur.

Prinsip ini harus melandasi seluruh perilaku ekonomi manusia, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. Pada zamannya, ia menjadi pelopor perdagangan berdasarkan prinsip kejujuran, transaksi bisnis yang fair, dan sehat, sehingga ia digelar sebagai *al-amin*. Ia tak segan-segan mensosialisasikannya dalam bentuk edukasi langsung dan statemen yang tegas kepada para pedagang. Pada saat beliau menjadi kepala negara, perangkat hukum beserta reward dan punishment benar-benar ditegakkan kepada para pelaku bisnis yang tidak jujur/benar.

Diantara bentuk kejujuran adalah, seorang pebisnis harus komitmen dalam jual-belinya dengan berlaku terus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati, hingga Allah memberikan keberkahan dalam muamalahnya, dan mengangkat derajatnya di surga ke derajat para nabi, orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati syahid.⁸⁷

Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut Islam karena dengan kejujuran kita akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen sedangkan kepercayaan sangat mendasar dalam kegiatan bisnis. Dalam bisnis untuk membangun

⁸⁷ Dawwabah Asyraf Muhammad.

kerangka keyakinan yang harus dimiliki seorang pedagang mampu bertindak jujur atau adil, baik terhadap diri sendiri maupun diri sendiri terhadap orang lain. Kejujuran ini harus dicapai lintas sektor praktek penggunaan skala tidak membeda-bedakan kepentingan diri sendiri (penjual) dan pihak lain (pembeli). Dengan sikap jujur maka kepercayaan pembeli terhadap penjual akan tercipta dengan sendirinya.

b. Amanah

Amanah artinya dapat dipercaya. Dalam hal ini tidak mengurangi atau menambah apa yang seharusnya atau telah disepakati. Kepercayaan dalam bertransaksi sangat diapresiasi, demi terciptanya keharmonisan antara penjual dan pembeli. Mereka akan merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi jika saling percaya. Dalam firman Allah surat al-Mu'minun ayat 8:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Terjemahnya: “Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya”.

Seorang muslim harus bersikap amanah dalam berbagai keadaan, baik membeli, menjual, menimbang, atau mengukur, karena banyak sekali surat dalam Al-Qur'an yang menganjurkan umat Islam untuk bisa amanah. Jika seorang pedagang dapat bertindak dengan amanah, banyak pelanggannya yang secara implisit memercayai pedagang tersebut.

c. *Tabligh*

Tabligh yang berarti menyampaikan. Seorang pemasar diharapkan mampu menyampaikan keunggulan suatu produk tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran. Misalnya pedagang menjual barangnya kepada pembeli dengan harga tinggi atau menyembunyikan cacat pada produknya. Pedagang harus mengontrol sepenuhnya aktivitasnya, ia harus menghindari penipuan. Jika toko bersih maka akan lebih banyak pelanggan yang datang. Islam dalam bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan

materi semata, namun juga tentang tercapainya hubungan yang harmonis, yang pada hakekatnya bermanfaat bagi kedua belah pihak, karena sama-sama harus mengedepankan toleransi.

Pedagang harus ramah terhadap semua orang. Dengan kebaikannya banyak yang menyukainya dan banyak pula yang senang. Dalam suatu hadits, Rasulullah SAW menganjurkan agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli. Murah hati yang dimaksud: ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah namun tetap penuh tanggung jawab.

d. *Fatanah*

Fatanah yang artinya cerdas atau bijaksana. Seorang pebisnis yang cerdas, mampu menyadari sepenuhnya peran dan tanggung jawabnya dalam bisnis. Pengusaha yang cerdas menunjukkan kreativitas dan inovasi dalam kegiatan pemasaran. Pengusaha harus mempunyai sifat yang *Fatanah* karena seluruh kegiatan pengelolaan suatu perusahaan harus cerdas dan mengoptimalkan seluruh potensi intelektual yang ada untuk mencapai tujuan. Karena jujur, patuh dan bertanggung jawab saja tidak cukup untuk menjalankan bisnis secara profesional.

Sifat *Fatanah* dapat dikatakan sebagai strategi khusus untuk menghadapi ketatnya persaingan di dunia bisnis. Dengan kecerdasan para pebisnis, mereka harus mampu memprediksi seperti apa situasi persaingan dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Seperti sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Yusuf ayat 55 :

قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْمَ

Terjemahnya: “jadikanlah aku bendaharannya negara (Mesir); sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga, lagi berpengetahuan”

Jamaah *Tabligh* memandang kehidupan di dunia sebagai sarana

mengantarkan manusia menuju akhirat. Sikap berlebihan dalam kehidupan duniawi tidak dibenarkan karena setiap orang mempunyai takdirnya masing-masing. Orang harus percaya bahwa pengabdian kepada Allah akan membawa keberuntungan dalam hidup. Jama'ah *Tabligh* berpendapat bahwa setiap aspek kehidupan, sekecil apapun, harus menyerupai apa yang dilakukan Nabi Muhammad SAW. Seperti halnya dalam berdagang Jama'ah *Tabligh* hendaknya mengikuti cara berdagang Rasulullah SAW yaitu dengan berperilaku jujur (*Siddiq*), dapat dipercaya dan bertanggung jawab (*Amanah*), menyampaikan sesuatu dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat (*Fatanah*) dan mampu menyadari sepenuhnya peran dan tanggung jawabnya dalam bisnis, serta menunjukkan kreativitas dan inovasi dalam kegiatan pemasaran (*Fatanah*). Jika sifat-sifat tersebut dimiliki oleh para pedagang Jama'ah *Tabligh* pada masa modern ini maka dapat mengantarkan kesuksesan dalam berbisnis.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai implementasi etika bisnis Islam pedagang muslim Jama'ah *Tabligh*, Hasil menunjukkan 6 dari 7 informan pedagang sebagian besar sudah menerapkan etika bisnis Islam dan cara berdagang Rasulullah SAW. Hal tersebut dibuktikan dengan bagaimana perilaku pedagang secara *Quantity* dan *Quality* seperti jujur dalam memberikan informasi mengenai kualitas produk yang diinginkan konsumen serta memberitahu konsumen jika ada produk yang cacat dengan menjual harga yang lebih murah, menetapkan harga dengan transparan, ramah dan murah hati terhadap konsumen dan membangun hubungan baik antar rekan kerja.

Terdapat hasil 1 orang informan tidak melakukan perilaku yang diajarkan Rasulullah SAW dan tidak menerapkan etika bisnis Islam, seperti tidak jujur memberitahu konsumen bahwa barang yang dijual ada sedikit cacat dan penjual mengambil keputusan sepihak dengan menurunkan harga produk/menjualnya dengan harga yang lebih murah. Ini terbukti dengan adanya konsumen yang pernah menerima barang cacat. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pedagang Muslim Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalama Ternate sudah menerapkan nilai-nilai etika bisnis Islam dan Perilaku bisnis yang diajarkan Rasulullah SAW.

B. Saran

Pengimplementasikan sifat *Siddiq* dalam komunitas pedagang muslim Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalama Ternate masih perlu di perbaiki oleh para pedagang dengan cara memasarkan produk yang cacat dengan memberitahu konsumen terlebih dahulu baru bisa ditawarkan ke konsumen dengan harga yang lebih murah.

Bagi peneliti selanjutnya untuk pengembangan penelitian selanjutnya,

maka adapun saran-saran sebagai berikut”

1. Pada Implementasi etika bisnis Islam hasil penelitian ini masih membutuhkan kajian dan referensi terbaru yang komprehensif dengan subjek penelitian yang lebih luas. Hal ini memberikan gambaran dan konsep yang lebih spesifik tentang pemaknaan atau pemahaman etika bisnis Islam secara menyeluruh.
2. Nilai-nilai yang diterapkan pedagang muslim Jama'ah *Tabligh* diharapkan dapat diterapkan oleh pelaku usaha di seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd.ghafur, 'Etika Bisnis Islam Dalam Perspektif Islam Abd. Ghafur 1', *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2, 2018.
- Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang* (Jakarta: Yayasan Swarna Bhummy, 1996).
- Al-Kandhalawi, Maulana Muhammad Zakariya, *Keutamaan Amar Ma'ruf Nahi Munkar* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2003).
- Amalia, Fitri, 'Implementasi Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Bazar Madinah Depok', *Prosiding Seminas Competitive Advantage*, 1.2 (2012).
- Aqil Barqi Yahya, 'Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah Muhammad SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha', 5.1 (2020).
- Arikunto, Suharsimi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT.Raja Grafindo, 1993).
- Azikin, Amirudin Dan Zainal, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Press, 2006).
- Barus, Elida Elfi, 'Implementasi Etika Bisnis Islam (Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan)', *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2.2 (2016).
- Beekun, Issa Rafiq, Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Salemba Empat, 2011).
- Dawwabah Asyraf Muhammad, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah* (Semarang: Pustaka Nuun, 2008).
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus, 2012).
- Faisal, Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, 2006.
- Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syariah (Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat)* (Yogyakarta, 2009).
- Hasanah, Hasyim, 'Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)', *At-Taqaddum*, 8.1 (2017).
- Huberman, Milles dan, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2018).

- Hulaimi, Ahmad, and Moh Huzaini, 'Etika Bisnis Islam Dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi', *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 2.1 (2020).
- Ilmiah, Jurnal, and Ekonomi Islam, 'Etika Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pelaku Usaha Sukses Dalam Perspektif Maqashid Syariah', 7.01 (2021), 513–18
- Keislaman, Jurnal Pemikiran, Etika Bisnis, Dalam Prespektif, Ekonomi Islam, Badrul Muis, Mahasiswa Pascasarjana, and others, 'Tajdid : Jurnal Pemikiran Keislaman Dan Kemanusiaan', 5.1 (2021).
- Khusniati, Rofiah, 'Agama Dan Bisnis (Studi Etos Kerja Pengusaha Di Kalangan Jamaah Tablig Kabupaten Ponogoro)', 2002.
- M. Amin Abdulla dan Iwan Triyuwono, *Etika Muamalah* (Malang: Program Pascasarjana UMM, 1997).
- Mohammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: akademi manajemen perusahaan YKPN, 2004).
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: akademi manajemen perusahaan YKPN, 2004).
- Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN-Malang press, 2008).
- Muhammad, Djafar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UIN-Malang press, 2008).
- Muhibbuddin, 'Eksistensi Harta Dalam Persepsi Jamaah *Tabligh* Gorontalo', *Al-Mizan*, 16.1 (2020).
- Eksistensi Harta Dalam Persepsi Jamaah *Tabligh* Gorontalo', *Al-Mizan*, 16.1 (2020).
- Nawawi, *Islam Dan Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2013).
- Olsson, John, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, 2008.
- Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011).
- Raco, Jozef, 'Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya', 2018.
- Rijali, Ahmad, 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2019).

- Rofiah, Khusniati, 'Agama Dan Bisnis (Studi Etos Kerja Pengusaha Di Kalangan Jamaah *Tabligh* Kabupaten Ponorogo)', 2002.
- , 'Implementasi Doktrin Agama Dalam Bisnis', 2018.
- Saepuloh, Ujang, 'Model Komunikasi Dakwah Jamaah *Tabligh*', *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 4.14 (2014).
- Sahir, Syafrida Hafni, *Metodologi Penelitian* (KBM Indonesia, 2022).
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, Dan Disertasi* (Bandung: CV. Alfabeta, 2014).
- Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&d* (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Syahputra, Angga, 'Etika Berbisnis Dalam Pandangan Islam', *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1.1 (2019).
- Syakir, Muhammad, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006)
- Ujang, Saepuloh, 'Model Komunikasi Dakwah Jama'ah *Tabligh*', *Ilmu Dakwah*, 4.14 (2009).
- Umar, Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005).
- Uswatun, Hasanah, 'Jama'ah *Tabligh* I (Sejarah Dan Perkembangan)', 6.No 1 (2017).
- Veithzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012).
- Widjajakusuma, Yusanto dan Muhammad Karebet, *Menggagas Bisnis*
- Zainal, Amirudin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Rajawali Press, 2006).
- Hasil Wawancara dengan Hi. Rustam, Pedagang, 2023.
- Hasil Wawancara dengan Amoragaman Hamzah, Pedagang, 2023.
- Hasil Wawancara dengan Arman, Pedagang, 2023.
- Hasil Wawancara dengan Malik Ansar, Pedagang, 2023.
- Hasil Wawancara dengan Rahmat Bayan, Pedagang, 2023.

Hasil Wawancara dengan El Pilomonu, Pedagang, 2023.

Hasil Wawancara dengan Djunaidi Kaidah, Pedagang, 2023.

Hasil Wawancara dengan Asri Ambran, Konsumen, 2023.

Hasil Wawancara dengan Hamsia Rahim, Konsumen, 2023.

Hasil Wawancara dengan Fauzi Latar, Konsumen, 2023.

Hasil Wawancara dengan Abdurahman, Konsumen, 2023.

LAMPIRAN

Lampiran I:

Daftar Pertanyaan Wawancara

Pedagang Jama'ah *Tabligh* dan Konsumen di Kelurahan Gamalama

A. Pedagang

1. Apakah anda memasarkan produk yang dijual mengedepankan kebenaran sesuai dengan keunggulan dan kekurangan suatu produk?
2. Pernahkan anda menjual produk cacat yang tidak diberitahukan kepada konsumen?
3. Bagaimana anda sebagai pedagang dalam menyampaikan produk kepada konsumen?
4. Bagaimana cara anda mendapatkan konsumen ditengah persaingan antar pedagang lain?

B. Konsumen

1. Bagaimana pendapat anda mengenai kejujuran pedagang Jama'ah *Tabligh* di Kelurahan Gamalam?
2. Pernahkah anda mengalami membeli produk cacat yang tidak diberitahukan pedagang?
3. Bagaimana pelayanan dari pedagang Jama'ah *Tabligh* ketika anda membeli produk yang ditawarkan?
4. Pernahkah anda sebagai konsumen membeli produk cacat yang menurut pedagang kualitasnya baik?

Lampiran II:



Keterangan: Wawancara dengan Hi. Rustam, 2023



Keterangan: Wawancara dengan bpk Arman, 2023



Keterangan: Lapak Pedagang Jama'ah *Tabligh*, Amoraqam Hamzah, 2023



Keterangan: Lapak Pedagang Jama'ah *Tabligh*, Malik Ansar, 2023



Keterangan: Lapak Pedagang Jama'ah *Tabligh*, El Pilomonu, 2023



Keterangan: Lapak Pedagang Jama'ah *Tabligh*, Rahmat Bayan, 2023



Keterangan: Wawancara dengan bpk Abdurahman, Konsumen, 2023