

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG MUSLIM PADA DESTINASI WISATA PANTAI LOMBANG

Dyah Ayu Rahmawati¹, Muhammad Ersya Faraby²

^{1,2}Fakultas Keislaman & Universitas Trunojoyo Madura

Jl Raya Telang, Telang, Kamal, Bangkalan

Email Korespondensi: ersya.faraby@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana penerapan etika bisnis Islam pedagang muslim pada destinasi wisata Pantai Lombang di Kabupaten Sumenep. Hal ini menjadi salah satu alasan peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam mengenai penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam pedagang muslim pada destinasi wisata Pantai Lombang di Kabupaten Sumenep. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek penelitian adalah pelaku usaha pedagang muslim destinasi wisata pantai Lombang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, lalu untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, *display* data, dan penarikan kesimpulan. Lokasi penelitian yaitu di Pantai Lombang di Desa Lombang, Kecamatan Batang-Batang, Kabupaten Sumenep. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui etika bisnis Islam pedagang muslim pada destinasi wisata pantai Lombang.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam; Pantai Lombang; Pedagang Muslim

ABSTRACT

This study discusses how to apply Islamic business ethics to Muslim traders at the Lombang Beach tourist destination in Sumenep Regency. This is one of the reasons why researchers are interested in conducting more in-depth research on the application of Islamic business ethics values for Muslim traders at the Lombang Beach tourist destination in Sumenep Regency. The method used in this study is a descriptive qualitative approach. The subject of this research is Muslim traders as a tourist destination for the Lombang beach. The data used in this study are primary data and secondary data, then the data collection techniques were carried out by means of interviews, observations, and documentation. The data analysis stage was carried out by means of data reduction, data display, and drawing conclusions. The research location is at Lombang Beach in Lombang Village, Batang-Batang District, Sumenep Regency. The purpose of this study was to determine the Islamic business ethics of Muslim traders at the Lombang beach tourist destination.

Keywords: *Islamic Business Ethics; Lombang Beach; Muslim Traders*

PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai Negara Kepulauan yang terbentang mulai dari Sabang (ujung barat) sampai Merauke (ujung timur). Terbukti jumlah pulau yang dimiliki Indonesia mencapai 17.508 pulau (Kementrian Kelautan dan Perikanan). Hal ini membuat Indonesia dikenal sebagai Negara yang kaya akan potensi pariwisata, baik di darat maupun di laut. Kekayaan ini dapat dijadikan sebagai salah satu aset sumber devisa Negara. Sektor pariwisata sebagai kegiatan perekonomian telah menjadi andalan potensial dan prioritas pengembangan dari sejumlah Negara. Indonesia memiliki potensi keanekaragaman obyek wisata dengan daya tarik yang cukup tinggi keindahan alamnya. Industri pariwisata merupakan peluang yang tidak dapat dilepaskan begitu saja.

Pariwisata telah tumbuh menjadi sebuah industry yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang sangat cerah dikemudian hari bagi sebuah Pembangunan Nasional. Kunjungan wisatawan asing pun dari tahun selalu meningkat. Obyek wisata merupakan penghasil devisa non-migas yang kini banyak dikembangkan di berbagai daerah. Obyek wisata yang paling lama berkembang adalah obyek wisata yang menonjolkan keindahan alam, seni dan budaya. Mengingat keindahan alam menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan, potensi ini menarik untuk digarap (Khoirudin, 2016). Salah satu destinasi wisata yang belum banyak diketahui wisatawan adalah Kabupaten Sumenep yang berada diujung Pulau Madura. Potensi pariwisata yang ada di Kabupaten Sumenep cukup banyak. Keragaman destinasi wisata di Kabupaten Sumenep, Madura membawa faktor positif pada peningkatan kunjungan wisatawan sehingga dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat local sekitar destinasi wisata pantai Lombang. Pada tahun 2020 kunjungan wisatawan pantai Lombang mencapai angka 13.928 wisatawan. Namun, pada tahun 2021 kunjungan wisatawan mengalami penurunan dikarenakan dampak dari pandemic COVID 19 dan pemerintah juga menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

Table 1. Pengunjung Wisatawan Pantai Lombang

Objek Wisata Tourism	2020		2021	
	Mancanegara International	Domestik Domestic	Mancanegara International	Domestik Domestic
(1)	(2)	(3)		
Makam Raja Asta Tinggi Asta	2	71,913	-	25,380
Museum Kraton Sumenep	41	6,161	-	557
Pantai Lombang	3	13,928	-	1,279

Sumber sumenekab.bps.go.id

Kegiatan perdagangan yang biasanya dilakukan oleh para pedagang yakni transaksi jual beli. Ada banyak para pedagang yang membuka lapak bisnis jualan disekitar daerah wisata dan mereka berjualan aneka macam barang dagangan seperti makanan, snack, minuman dan lain-lain. Dalam praktiknya, pelaksanaan perdagangan yang dilakukan pedagang ditemui banyak problematika, dan yang sering kali dijumpai yakni permasalahan *self interest* atau mementingkan diri sendiri yang dilakukan oleh pedagang terkait barang yang dijual (Khoiruddin, 2011). Yang mana dalam praktiknya biasanya tidak jujur dan terbuka terkait barang, atau juga pedagang sengaja menyembunyikan nilai

barang terhadap pembeli dan hanya ingin mencari keuntungan semata tanpa memperdulikan etika dalam berdagang. Dan pada QS Al-Syu'ara (26): 181-183 juga disebutkan bahwa :

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۖ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۖ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَنْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۖ ﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain. Timbanglah dengan timbangan yang benar Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.”

Sesuai ayat diatas dalam berdagang harusnya selalu berkata jujur hal ini sesuai dengan tafsiran jika berjualan maka takarlah pembelian dengan sempurna, dan janganlah kita merugikan hak pembeli sehingga memberikannya dalam keadaan kurang. Kemudian jika kita menjadi pembeli, maka ambillah seperti ketika kita menjual. Dan menimbang dengan timbangan yang lurus dan adil sehingga dapat menimbulkan kejujuran dalam berdagang.

Islam tidak membiarkan begitu saja seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Prilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis (Amalia, 2014). Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis. Maka, dibutuhkan suatu prinsip yang tujuannya membentuk pedoman sikap yang baik dalam berdagang. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG MUSLIM PADA DESTINASI WISATA PANTAI LOMBANG”.

Pengertian Etika

Istilah etika (ethics) berasal dari kata Yunani, yaitu *ethos* (bentuk tunggal) yang berarti adat istiadat (kebiasaan), perasaan batin, kecenderungan hati untuk melakukan perbuatan, watak, sikap, cara berpikir. Bentuk jamaknya adalah *ta etha*, yang berarti adat istiadat (Abdullah, 2006). Makna etika dalam Kamus Buku Besar Bahasa Indonesia, misalnya, adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral atau akhlak (Bertens, 2005). Selain itu, etika dapat juga didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk Bekum (2004). Pengertian etika sering dikonotasikan dengan istilah tatakrama, sopan-santun, pedoman moral dan norma susila. Etika membahas nilai dan norma moral yang mengatur perilaku manusia baik sebagai individu atau kelompok dan institusi di dalam masyarakat. Sedangkan norma merupakan aturan atau konvensi yang diberlakukan di masyarakat baik secara tersurat atau tersirat (yang bersifat informal dan tradisional) (Budi, 2019).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan. Arti lainnya dari bisnis adalah bidang usaha. Selain itu istilah bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok orang yang menyediakan barang dan jasa dengan tujuan agar memperoleh keuntungan. Orang yang mementingkan waktunya untuk menjalankan kegiatan bisnis

dengan berbagiaresiko yang dihadapi dapat disebut *entrepreneur*(Suranta dan Sudaryono 2015). Secara umum bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pendapatan atau penghasilan atau rizki dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien (Muslich, ,2004)

Pengertian Etika Bisnis

Etika Bisnis dapat pula di definisikan sebagai sekumpulan nilai yang berupa baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dengan kata lain etika bisnis diartikan sekumpulan prinsip dan norma yang harus dijadikan komitmen bagi para pebisnis dalam bertransaksi, berperilaku, dan berhubungan guna mencapai suatu keputusan atau tujuan bisnis lainnya dengan selamat (Faisal, 2018). Etika Bisnis juga diartikan sebagai bentuk refleksi atau pemikiran tentang moralitas dalam bisnis dan ekonomi. Moralitas erat kaitannya dengan baik atau buruk, terpuji atau tercela, dan diperbolehkan atau tidaknya suatu tindakan. Moralitas identik dengan tindakan yang dilakukan manusia, dan kegiatan ekonomi adalah salah satu bentuk perilaku manusia yang cukup penting.

Pengertian Etika Bisnis Islam

Sebagai sebuah ajaran hidup yang lengkap, Islam sudah memberikan petunjuk atas semua aktivitas manusia termasuk dalam hal ekonomi. Tujuan ekonomi Islam itu sendiri tidak bisa terlepas dari syariat Islam untuk mencapai falah (kesejahteraan atau keselamatan) baik di dunia maupun diakhirat. Islam juga mengantarkan manusia kearah aksi dan partisipasi individual secara langsung serta bertanggung jawab dalam masalah ekonomi dengan cara solidaritas serta kerjasama yang akan menghasilkan dinamika maupun pertumbuhan ekonomi (Iqbal dan Mirakhor 2017). Dalam ekonomi Islam, bisnis merupakan dua hal yang bertentangan karena bisnis merupakan simbol dari urusan duniawi yang dianggap sebagai bagian integral dari hal-hal yang bersifat tentang akhirat. Dalam hal ini orientasi bisnis dan upaya investasi terhadap akhirat, maka bisnis tersebut harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada dunia akhir. Dalam pengertian menurut Islam, bisnis merupakan kegiatan yang ada di dunia yang bersifat ibadah agar dapat meraih keuntungan atau pahala akhirat (Marzuqi dan Latif 2010).

Etika bisnis Islam sendiri memiliki makna prinsip-prinsip etika yang di dalamnya membedakan perbuatan yang baik dan perbuatan buruk dalam kegiatan bisnis yang juga harus berpedoman terhadap Syariat dan ajaran Islam (Yahya, 2020). Dengan menerapkan etika bisnis Islam ini, para pedagang akan membentuk kesadaran akhlak yang baik dan juga memberikan batasan-batasan terhadap segala tindakan yang akan membawanya jauh dari ajaran agama. Adapun prinsip prinsip etika bisnis islam menurut Imaddudin dalam Ekonomi Pembangunan Islam (2007) meliputi :

1. Prinsip Kejujuran

Dalam doktrin Islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rasulullah sangat intens menganjurkan kejujuran dalam aktivitas bisnis. Dalam hal ini, beliau bersabda: "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya" (H.R. Al-Quzwani). "Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami" (HR. Muslim). Rasulullah sendiri

selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

2. Prinsip Keadilan

Dalam dunia bisnis prinsip keadilan sangat menentukan perilaku kebijakan seseorang dalam dunia bisnis, prinsip keadilan harus diwujudkan dalam bentuk penyajian produk-produk yang bermutu dan berkualitas, selain ukuran, kualitas, serta kuantitas, serta takaran atau timbangan harus benar-benar sesuai dengan prinsip kebenaran (Johan Arifin, 2009). Dalam hal ini berperilaku adil dan seimbang dalam perdagangan dapat diwujudkan dengan menjual produk yang sesuai dengan apa yang sudah dipromosikan sebelumnya, dari segi kualitas, jumlah, dan dapat juga dengan memberikan harga yang sama (adil) untuk para pembeli baik local maupun luar daerah.

Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 8 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۗ وَعَدِلُوا

هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

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

3. Prinsip Kehendak Bebas

Penerapan konsep kehendak bebas dalam etika bisnis Islam ialah manusia memiliki kebebasan untuk membuat kontrak dan menepatinya ataupun mengingkarinya. Bagaimanapun, salah satu syarat sahnya jual beli adalah kemauan bebas atau kemauan sendiri. Dalam pelaksanaan perdagangan kehendak bebas yang dilakukan misalnya seperti pelayanan terhadap pembeli atau *customer service*, serta mengenai persaingan antar pedagang yang mana semua itu merupakan contoh dari kegiatan dalam mengelola bisnis. Selain itu juga terdapat ayat yang melarang untuk berlaku tidak baik kepada sesama pedagang seperti hasud atau iri dengki yang terdapat dalam QS Al-Qalam ayat 10-11 sebagai berikut:

وَلَا تَطْعَمْ كُلًّا خَلَّافٍ مَّهِينٍ ۖ هَمَّازٍ مَّشَاءٍ بِنَمِيمٍ

Artinya : “Janganlah engkau patuhi setiap orang yang suka bersumpah lagi berkepribadian hina. Suka mencela, (berjalan) kian kemari menyebarkan fitnah (berita bohong)”.

4. Prinsip Tanggung Jawab

Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggungjawaban atas apa yang telah pedagang lakukan, baik itu pertanggungjawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan perjanjian dalam jual beli dan lain sebagainya (Veithzal Rivai, 2012). Hal ini sesuai dengan QS Al-Mudatsir ayat 38 sebagai berikut :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya : “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan”.

5. Prinsip Ikhsan (Tauhid)

Konsep tauhid juga dapat diartikan sebagai dimensi yang bersifat vertikal sekaligus horizontal. Karena dari kedua dimensi tersebut akan lahir satu bentuk hubungan yang sinergis antara Tuhan dan hamba-Nya, sekaligus hamba dengan hamba yang lain.

Prinsip tauhid juga dapat diartikan sebagai seorang makhluk harus benar-benar tunduk, patuh dan berserah diri sepenuhnya atas apa yang menjadi kehendak-Nya. Bentuk dari konsep tauhid adalah berupa ketakwaan diri yang dilakukan oleh pedagang yaitu berupa menjalankan sholat lima waktu, berdoa dan bersedekah, serta jujur dalam berdagang. Konsep Ihsan juga diantar dalam QS Al-Qashash ayat 77 sebagai berikut :

وَاتَّبِعْ فِيْمَا آتَاكَ اللهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيْبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللهُ إِلَيْكَ وَلَا تَتَّبِعِ
الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِيْنَ

Artinya : “Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

Pedagang Muslim

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pedagang adalah seseorang yang pekerjaannya adalah berdagang (Ahmad A.K, 2006). Sedangkan menurut kamus Ekonomi pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. (Nurul, 2012). Menurut KBBI, muslim adalah penganut agama Islam. Sedangkan, dikutip dari buku 'Kapita Selekta Mutiara Islam' karya Fadlun Amir, muslim adalah orang yang memeluk agama Islam, dan orang yang berpegang teguh terhadap ajaran Islam (Amir, 2014). Dari pengertian diatas, maka dapat disimpulkan seseorang pemeluk agama islam yang pekerjaannya berdagang dengan membeli atau menjual barang untuk memperoleh keuntungan dan memperhatikan syariah islam.

Secara bahasa, dikenal istilah al-bay^u dan asy-syira^u. Al- Bay^u berarti saling menukar sebagai lawan dari asy-syira^u yang berarti membeli. Kata Al- Bay^u kadang-kadang berarti asy-syira^u dan sebaliknya yang berarti jual beli karena sesuatu yang dijual otomatis dibeli oleh pihak lain. Secara defenisi syariah, perdagangan atau jual beli adalah tukar menukar suatu harta dengan harta sebagai pengalihan pemilikan melalui jalan saling meridhoi. Defenisi ini mengandung pengertian yang mencakup segala bentuk tukar-menukar, baik barang dengan barang (barter), barang dengan uang (perdagangan dengan alat tukar), ataupun uang dengan uang (pertukaran mata uang) (Ismail dan Arif, 2011).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pantai Lombang, Desa Lombang, Kecamatan Batang-Batang, Kabupaten Sumenep. Desain penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pendekatan kualitatif yang pada hakikatnya adalah mengamati orang dalam lingkungannya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya (Nasution, 1992). Dengan pendekatan kualitatif, penulis dapat terjun langsung untuk mengadakan wawancara dengan responden, observasi, bahkan penulis turut serta dalam proses, sehingga penulis dapat mengetahui secara mendalam mengenai substansi yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pelaku usaha destinasi wisata, observasi, dan dokumentasi dengan beberapa informan sebagai sumber primer sedangkan buku, jurnal, laporan, berita resmi, dan sumber dari internet sebagai pendukung. Kemudian hasil

dari wawancara, penulis akan menganalisis dan di deskripsikan secara detail sebagai temuan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Destinasi Wisata Pantai Lombang

Pantai Lombang adalah salah satu pantai yang terletak di kabupaten Sumenep, Madura. Pantai ini tepatnya terletak di sebelah timur Sumenep, kira-kira 25km dari Kota Sumenep tepatnya di Kecamatan Batang-Batang. Pantai Lombang memiliki pasir putih yang menghampar luas sejauh 12 km di sepanjang pantai. Pantai ini dikelilingi oleh pohon cemara udang dengan tinggi rata rata 4m. Pantai ini dinamakan cemara udang karena posisi nya membungkuk dan menyerupai udang mengelilingi hampir di seluruh tepi pantai. Ombak yang berada dipantai Lombang ini tidak begitu besar, sehingga tidak berbahaya untuk berenang maupun aktivitas lain seperti snorkeling. Di Pantai Lombang juga disediakan fasilitas penyewaan perlengkapan berenang dan pelampung untuk wisatawan. Selain fasilitas penyewaan perlengkapan berenang, di Pantai Lombang juga tersedia wahana berkuda bagi wisatawan yang ingin berkeliling pantai dengan menunggangi kuda. Wisata berkuda ini dikenakan tariff Rp. 25.0000 untuk perwisatawan. Tidak hanya fasilitas penyewaan perlengkapan berenang dan wisata berkuda saja, adapun fasilitas lain yang terdapat dipantai Lombang meliputi: tempat paker, mushola (tempat ibadah), toilet, cafeteria, pedagan UMKM, gazebo, panggung gembira.

Pelaksanaan Perdagangan Oleh Pedagang Muslim Destinasi Wisata Pantai Lombang

Dalam hal ini pelaksanaan perdagangan yang sesuai dengan etika bisnis Islam yakni dalam hal memberikan informasi perihal barang ataupun makanan dengan jujur dan terbuka kepada pembeli. Hal ini dapat terlihat dari para pembeli yang dapat melihat proses pembuatan makanan seperti rujak ataupun soto yang dibuat langsung oleh pedagang yang disaksikan langsung oleh pembeli. Hal ini sesuai dengan hadist H.R. Al-Quzwani dan H.R Muslim yang menjelaskan mengenai berbuat kejujuran. Kemudian yang kedua yakni dalam hal memberikan harga yang adil kepada semua pembeli tanpa membedakan dan mengambil keuntungan secara adil. Dalam hal memberikan harga yang adil kepada semua pembeli terlihat dari perlakuan pedagang masih belum diterapkan oleh para pedagang, karena perlakuan pemberian harga untuk wisatawan luar kota dengan wisatawan local masih dibedakan. Hal ini tidak sesuai dengan QS Al Maidah ayat 8. Selanjutnya yakni prinsip kehendak bebas dalam hal persaingan antar pedagang. Hal ini terlihat dari pedagang yang bersaing secara sehat yang mana saat kondisi sedang ramai para pedagang bersaing melalui promosi dan menawarkan dagangan mereka agar pembeli tertarik, namun dengan tidak saling menjatuhkan satu sama lain. Letak warung yang berdekatan dan barang yang dijual serupa tidak membuat pedagang merasa adanya persaingan. Karena pedagang dalam hal ini wajar dalam dunia perdagangan dan tidak memperlakukan hal tersebut. Selain itu jika ada pedagang lain yang lebih ramai pembeli dan lebih laku ya tetap disyukuri saja oleh para pedagang.

Hal ini sesuai dengan penjelasan sebelumnya di QS Al-Qalam ayat 10-11. Selanjutnya yakni prinsip tanggung jawab dalam hal menanggapi *complaint*, menanggapi pembatalan transaksi oleh pembeli, dan mengenai kualitas produk yang dijual. Dalam menanggapi *complaint* ini terlihat dari pedagang menerima pengajuan ganti rugi yang

diajukan oleh pembeli. Ganti rugi yang diberikan oleh pedagang biasanya berupa penggantian barang makanan yang serupa atau juga bisa diganti dengan uang yang senilai dengan barang tersebut. Dalam prosesnya pedagang mensyaratkan adanya bukti fisik. Dalam hal menanggapi pembatalan transaksi oleh pembeli terlihat perlakuan pedagang yang menerima pembatalan transaksi oleh pembeli dan tidak adanya persyaratan apa pun dan tetap dilayani selagi barangnya belum dirusak segelnya. Hal ini sesuai dengan QS Al-Mudatsir ayat 38. Dalam hal perilaku sedekah terlihat dari perlakuan pedagang saat barang dagangannya sisa banyak dan masih bisa dikonsumsi makanan tersebut akan dibawa pulang untuk dibagikan kepada tetangga ataupun kerabat. Tidak hanya itu, terkadang jika ada pembeli kelapa muda yang hanya membawa uang Rp 6000 padahal harganya Rp 10.000 ya tetap dilayani.

Hal ini sesuai dengan QS Al-Qashash ayat 77. Dalam bersikap ikhlas saat mengalami penipuan terlihat dari perlakuan pedagang yang tetap sabar dan mengikhhlaskan karena Allah akan menggantinya dengan cara lain. Kemudian juga perlakuan pedagang mengikhhlaskan saat ada pembeli yang mengambil danganan beberapa namun membayarnya dengan sebagian, pedagang juga mengikhhlaskan. Kemudian perlakuan pedagang saat pembeli merusak barang terlihat dari perlakuan pedagang yang tidak sengaja merusak dagangan sewaktu membeli misalnya menyenggol barang kemudian remuk, jatuh, ataupun rusak. Dari hal tersebut sikap pedagang yaitu membiarkan jika dagangannya hanya jatuh dan tidak rusak. Namun, jika rusak ada beberapa pedagang yang menyuruh membeli namun ada juga yang mengikhhlaskan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari pelaksanaan perdagangan tersebut dapat dikatakan bahwa pedagang menerapkan etika bisnis Islam. Hal ini dikarenakan yang pertama pedagang telah menerapkan prinsip kejujuran dengan tidak menyembunyikan informasi tentang barang yang dijual. Kemudian yakni prinsip kehendak bebas dalam persaingan antar pedagang dan pelayanan. Ketiga yakni prinsip tanggung jawab dalam hal menanggapi *complaint*, menanggapi pembatalan transaksi oleh pembeli, dan mengenai kualitas produk yang dijual. Dan keempat yakni prinsip Ihsan dalam hal perilaku sedekah, bersikap ikhlas saat mengalami penipuan, dan memberikan keringanan pada pembeli saat merusak barang dagangan. Namun, dalam pelaksanaan perdagangan yang dilakukan oleh pedagang, ditemukan pula pelaksanaan perdagangan yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam seperti di prinsip keadilan, karena para pedagang masih membedakan pemberian harga untuk wisatawan dari luar kota dan wisatawan lokal.

Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan mengenai etika bisnis Islam oleh kalangan pedagang. Minimnya pemahaman disebabkan karena perbedaan latar belakang dari para pedagang tersebut. Banyak pedagang yang berasal golongan masyarakat biasa yang sangat awam akan literasi ilmu etika bisnis Islam. Sehingga dalam pelaksanaan perdagangan, pedagang hanya meniru dan mencontoh prinsip pedagang lain dalam melaksanakan perdagangan yang mana belum tentu sesuai dengan etika bisnis Islam.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan adalah :

1. Berdasarkan penelitian pelaksanaan perdagangan pedagang muslim destinasi wisata Pantai Lombang diharapkan menerapkan prinsip adil etika bisnis islam dimana tidak membedakan pemberian harga kepada wisatawan luar kota dan wisatawan local.
2. Untuk pedagang yang sudah menerapkan prinsip etika bisni islam diharapkan selalu istiqomah kedepannya dalam menerapkan pada pelaksanaan perdagangannya.
3. Bagi pengelola diharapkan bersinergi dengan kementrian agama Kab Sumenep ataupun praktisi terkait untuk memberikan sosialisai tentang penerapan etika bisnis islam terhadap pelaksanaan perdagangan.

ACKNOWLEDGMENTS (if any)

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Syukur Alhamdulillah penulis haturkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah- Nya sehingga sampai saat ini riset MBKM terus berjalan dan dalam progres penyelesaian, Shalawat dan salam penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta para sahabat dan keluarga beliau yang telah memberikan tauladan dalam menjalani kehidupan di dunia dan di akhirat. Laporan penelitian ini dilaksanakan di Universitas Trunojoyo Madura. Peneliti ini berjudul **“IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM PEDAGANG MUSLIM PADA DESTINASI WISATA PANTAI LOMBANG ”** yang berlangsung pada bulan September-Desember 2022. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan analisis data kualitatif.

Penulis menyadari bahwa proses penelitian ini mendapatkan bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada kedua orang tua saya terkhusus Alm. Ayah saya Suwanan dan Ibu saya Riayah, serta kakak dan segenap keluarga besar saya yang tiada hentinya mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya selama menempuh pendidikan. Ucapan terima kasih juga yang tak terhingga penulis haturkan kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. H. Muh. Syarif, M.Si., Selaku Rektor Universitas Trunojoyo Madura
2. Ibu Shofiyun Nahidloh, S.Ag., MHI., selaku Dekan Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura
3. Bapak Taufiqur Rahman, SHI., MEI., CIQaR selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura
4. Bapak Muhammad Ersya Faraby, S.E.I., M.SEI selaku dosen pembimbing saya dalam penelitian ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Keislaman yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis
6. Teman dan sahabat seperjuangan penulis yang telah membantu penulis dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan baik dalam bentuk maupun isi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun guna menyempurnakan penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Y. (2006). Pengantar studi etika. PT RajaGrafindo Persada.
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi pada pelaku usaha kecil.
- Amir, F. (1990). Kapita selekta mutiara Islam (Vol. 1). Haji Masagung.
- Arifin, J., & Aziz, A. (2009). Etika Bisnis Islami.
- Bertens, K. (2002). Etika, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Cet. VII.
- Budi, P. (2019). Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders.
- Issa, B. R. (2004). Etika Bisnis Islami (Terjemahan Muhammad). Pustaka Belajar, Yogyakarta.
- Iqbal, Z., & Mirakhor, A. (2017). Ethical dimensions of Islamic finance: Theory and practice. Springer.
- Khoiruddin, M. (2011). Perdagangan Efisien dalam Perspektif Islam: Kepentingan Simetris, Keseimbangan Informasi dan Keseimbangan Antar Sektor. Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2(2), 209-230.
- Marzuqi, A. Y., & Latif, A. B. (2010). Manajemen laba dalam tinjauan etika bisnis Islam. Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis, 7(1).
- Muda, A. A. (2006). Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Jakarta: Reality Publisher.
- Muslich, E. B. I., & Filosofis, L. (2004). Normatif, dan Substansi Implementatif. Yogyakarta: Ekonisia.
- Nasution, S. (1992). Metode Penelitian Kualitatif Naturalistik. Bandung: Penerbit Tarsito, 1-409.
- Rifai, V. (2012). Islamic Business and Economic Ethics. Jakarta: Bumi Aksara.
- Shihab, M. Q. (2006). Wawasan al-Qur'an tentang zikir dan doa. Lentera Hati Group.
- Suranta, S., & Sudaryono, E. A. (2015). Pengelolaan Keuangan Dan Pembukuan Untuk Pengusaha Kecil Usaha Karak Lele Di Sukoharjo. Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis, 17(9).
- Yahya, A. B. (2020). Etika Bisnis (Perilaku) Bisnis Rasulullah SAW Sebagai Pedoman Berwirausaha. Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 5(1).
- Yusanto, M. I., & Yunus, M. A. (2009). Pengantar Ekonomi Islam. Al-Azhar Press.