



**ANALISIS PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM
PELAKSANAAN PENJUALAN SAPI DI PASAR
TERNAK BATUSANGKAR**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

Oleh:

PUTRI MAHARANI
NIM 1730404069

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATUSANGKAR
2021 / 1442 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Maharani

NIM : 173 030 404 069

Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul : **"POTRET PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAKSANAAN PENJUALAN SAPI DI PASAR TERNAK BATUSANGKAR"** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 16 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Putri Maharani

NIM 173 040 406 9

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama **PUTRI MAHARANI**, Nim : 1730404069, dengan judul "**POTRET PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAKSANAAN PENJUALAN SAPI DI PASAR TERNAK BATUSANGKAR**", memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke Sidang Munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sepenuhnya.

Ketua Jurusan
Manajemen Bisnis Syariah


MIRAWATI, MA., EK
NIP. 198601012015032004

Batusangkar, 08 Juli 2021
Pembimbing


TEZI ASMADIA, M.E. Sy
NIP. 199006192019032006

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Batusangkar


DR. H. Rizal, M. Ag., CRP
NIP. 19731007 200212 1 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI-

Pembimbing skripsi atas nama **PUTRI MAHARANI NIM 17 304 040 69** judul: **"POTRET PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM PELAKSANAAN PENJUALAN SAPI DI PASAR TERNAK BATUSANGKAR"** telah diuji dalam ujian *munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Batusangkar yang dilaksanakan tanggal 27 juni 2021 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Program Strata Satu (S.1) dalam ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

No	Nama / NIP Penguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Tezi Asmadia M.E., Sy NIP.199006192019032006	Asisten Ahli		16/8-2021
2.	Drs. H. Hafulyon, MM NIP .195703011983031002	Lektor		16/8-2021
3.	Muhammad Deni Putra, M.E NIP . 199106102019031014	Asisten Ahli		16/8/2021

Batusangkar, Agustus 2021
Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Batusangkar



Dr. H. Rizal, M.AG. CRP
NIP.197310072002121001

ABSTRAK

PUTRI MAHARANI, NIM.1730404069, judul skripsi “ **Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar**” . Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar. Tahun Akademik 2021.

Dalam pembahasan skripsi ini yang menjadi permasalahan adalah adanya tindakan manipulasi atau ketidakjujuran yang dilakukan oleh pedagang sapi di Pasar Ternak Batusangkar. Menjual sapi sakit dengan mengatakan bahwa sapi yang akan dijualnya adalah sapi sehat, hal ini tampak setelah transaksi dilakukan sehari setelah itu sapi tersebut mati saat masih di dalam kandang. Setelah di telusuri ternyata sapi tersebut dalam keadaan tidak sehat atau berpenyakit. Hal ini mengakibatkan pembeli merasa kecewa dengan tindakan tersebut. Kegunaan penelitian ini adalah sebagai masukan dari penulis kepada pihak dinas peternakan dan para penjual serta pembeli sapi untuk dapat melaksanakan transaksi jual beli dengan menggunakan etika bisnis Islam yang baik agar mendapatkan keberkahan dunia dan akhirat. Selain itu juga untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah *field research* yaitu penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang menganalisis tentang penerapan etika bisnis Islam dalam pelaksanaan penjualan sapi di Pasar Ternak Batusangkar. Data-data yang penulis gunakan diperoleh dari wawancara baik terstruktur maupun tidak terstruktur yang dilakukan dengan Kepala Bagian Peternakan dan Kesehatan hewan, penjual sapi dan pembeli sapi serta data-data yang berkaitan dengan permasalahan yang penulis teliti.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan di Pasar Ternak Batusangkar, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di Pasar Batusangkar masih belum terlaksana secara menyeluruh dapat dilihat dari penerapan prinsip kejujurannya masih kurang dikarenakan masih ada beberapa pedagang yang berlaku tidak jujur, namun jumlahnya sangat minimal. Penulis menilai hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai etika bisnis Islam bagi para pedagang dan pemikiran mereka tentang bisnis hanyalah untuk mencari keuntungan materi semata. Serta kurang telitinya pembeli dalam membeli sapi atau kurang pengetahuan dalam membeli sapi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	8
F. Definisi Operasional	9
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
1. Penerapan.....	10
2. Etika	11
3. Bisnis	11
4. Pengertian Islam	13
5. Bisnis Islam.....	13
6. Etika Bisnis Islam	21
7. Ajaran Rasulullah SAW tentang Etika dalam berbisnis	25
8. Penjualan.....	27
9. Pengertian pasar	34
10. Pasar Ternak	34
B. Kajian Penelitian Yang Relevan.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38

B. Latar dan Waktu Penelitian	38
C. Instrumen Penelitian	39
D. Sumber Data	40
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	41
G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Pasar Ternak Batusangkar	42
1. Sejarah Berdirinya Pasar Ternak Batusangkar	42
2. Visi, Misi dan Tujuan Pasar Ternak Batusangkar	51
3. Komponen, Sistem dan Proses Pasar Sistem	52
4. Kapasitas Pasar dan Transaksi Mingguan	54
5. Sarana dan prasarana Pasar Ternak Batusangkar	54
B. Pembahasan	57
1. Penerapan Prinsip Kejujuran dalam Perdagangan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar	57
2. Penerapan Akad dalam Transaksi Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar	61
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Karakteristik Bisnis Islam dan NON-Islam	18
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	39
Tabel 4. 1 Sarana dan Prasarana Pasar ternak Batusangkar	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Etika Bisnis Islam.....	22
Gambar 4. 1 siklus Penjualan Sapi.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perekonomian saat ini, bisnis memainkan peran sangat penting bagi perubahan perekonomian dan pembangunan serta perkembangan industri selalu dimulai dengan perkembangan bisnis. Sebab bisnis membawa signal yang memberi tanda tentang apa yang dikendaki masyarakat. Bisnis (Perdagangan) merupakan tulang punggung perekonomian suatu negara. Bisnis (Perdagangan) dengan segala bentuknya ternyata tanpa disadari telah terjadi dan menyelimuti aktivitas dan kegiatan kita setiap hari. Bisnis (Perdagangan) selalu memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Hal ini pun masih berlaku di era kehidupan dewasa ini. Tidaklah mengherankan apabila jutaan manusia pada saat ini banyak terlibat dalam berbagai kegiatan bisnis. (Farid, 2015 :14).

Persaingan yang semakin ketat membuat banyak para pelaku bisnis tampak lebih memilih jalan pintas dengan meninggalkan nilai etis asalkan usahanya terselamatkan, daripada menjunjung tinggi etika namun usahanya gulung tikar. Memulai dan menjalankan bisnis (perdagangan) tentu tidak boleh lepas dari etika, etika dapat diartikan sebagai kode etik yang merupakan kumpulan asas atau nilai moral. Seperti, kode etik dokter, kode etik pers dan lain-lain. Bisa juga etika sebagai ilmu tentang baik dan buruk, etika di sini sama artinya dengan filsafat moral. Adapun moral adalah nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau satu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. (Tarigan, 2016 : 47)

Etika bisnis Islam merupakan suatu norma yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits yang dijadikan pedoman untuk bertindak, bersikap, bertingkah laku serta membedakan antara mana yang baik dan mana yang buruk dalam melakukan aktivitas bisnis dengan demikian antara etika dan bisnis merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan.

Adapun dalil yang memperbolehkan muamalah (jual beli) dalam Islam adalah sebagai berikut:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلُّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya : “*Hukum asal dalam muamalah (jual beli) adalah diperbolehkan sampai ada dalil yang mengharamkannya.*”

Berdasarkan dalil di atas dijelaskan bahwasannya Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan bisnis (perdagangan) selama tidak ada dalil yang melarangnya. Namun dalam Islam ada beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha, di antaranya:

1. Proses mencari rezeki bagi seorang muslim merupakan suatu tugas wajib.
2. Rezeki yang dicari haruslah rezeki yang halal.
3. Bersikap jujur dalam menjalankan usaha.
4. Semua proses yang dilakukan dalam rangka mencari rezeki haruslah dijadikan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.
5. Bisnis yang akan dan sedang dijalankan jangan sampai menimbulkan kerusakan lingkungan hidup.
6. Persaingan dalam bisnis dijadikan sebagai sarana untuk berprestasi secara benar dan sehat (*fastabikul al-khairat*).
7. Tidak boleh berpuas diri dengan apa yang sudah didapatkan.
8. Menyerahkan setiap amanah kepada ahlinya, bukan kepada sembarang orang, sekalipun keluarga sendiri. (Muljadi, 2011 : 30)

Bertransaksi secara syari'ah, ada beberapa prinsip yang harus dipegang, yakni: saling ridha (*An Taradhin*), bebas manupulasi (*Gharar*), Aman/ tidak membahayakan (*Mudharat*), tidak spekulatif (*Maysir*), tidak ada monopoli dan menimbun (*Ihtikar*), Bebas Riba dan *halalan tayyiban* (Amalia, 2014 : 119). Dalam konteks bisnis, etika bisnis Islam

merupakan suatu etika yang bersumber pada kehendak Allah SWT. Maknanya adalah manusia akan menuai keberhasilan jika ia mengikuti petunjuk Allah SWT, agar dapat berjalan pada norma-norma agama (Al-Qur'an dan Hadist). (Muhammad, 2012 : 16)

Al-Qur'an merupakan pedoman utama bagi umat Islam dalam mendapatkan petunjuk yang tidak diragukan lagi kebenarannya, dalam mengatur kehidupan di dunia termasuk dalam bidang ekonomi, terutama terkait perdagangan dan jual beli yang didalamnya membahas tentang Etika Bisnis, firman Allah swt.dalam QS al-Baqarah /2:2:

ذَٰلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ ﴿٢﴾

Artinya : *“Kitab (Al Qur'an) ini tidak ada keraguan padanya, petunjuk bagi mereka yang bertaqwa.”*

Al- Quran banyak menjelaskan mengenai larangan-larangan segala bentuk kecurangan. Allah akan menimpakan azab bagi mereka yang curang untuk alasan apapun termasuk para pelaku bisnis yang curang akan timpakan azab Allah yang nyata. Sebagaimana Rasulullah SAW selaku pelaku bisnis beliau menerapkan ekonomi yang berdasarkan kejujuran sebagai etika dasar dengan tidak menyembunyikan kekurangan dan mengunggulkan barang dagangannya. Sebagaimana firman Allah dalam QS al-Mutaffifin/83:1-3:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾

وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ تُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: *“Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang: (yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta di penuhi; dan apabila mereka menakar dan menimbang untuk orang lain mereka mengurangi”*.

Berpijak pada prinsip-prinsip di atas, terlihat bahwa begitu indahnya Islam mengatur semua sisi kehidupan manusia dalam rangka bermuamalah dengan lingkungan sekitarnya. Prinsip ini hendaknya bisa

menjadi pedoman bagi para pelaku bisnis, yang tentunya mereka akan memberi yang terbaik bagi para pembeli atau konsumen mereka. Di dalam era globalisasi dari pasar bebas, konsumen bebas memilih barang yang ingin dibelinya. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang akan mereka beli.

Dalam bisnis sangat diperlukan etika agar bisnis yang dilakukan tidak memberikan mudharat bagi orang lain namun bisnis tersebut justru memberikan penjual dan pembeli sebuah keuntungan. Bisnis yang sesuai dengan syariat agama tentu tidak hanya memberikan keuntungan duniawi berupa materil tapi juga keuntungan akhirat berupa ridha Allah SWT. Bisnis dalam bentuk apapun diwajibkan memiliki etika baik itu bisnis dalam cakupan besar maupun bisnis (perdagangan) dalam cakupan kecil, seperti perdagangan hewan. Perdagangan hewan merupakan bisnis yang banyak dijalani oleh masyarakat. Hewan yang biasanya diperjualbelikan di pasaran seperti: sapi, kerbau, kambing, ayam, dan banyak lainnya. Biasanya hewan tersebut diperjualbelikan baik dijual langsung dari kandang ada juga dijual pada tempat atau wadah yang telah disediakan oleh pemerintah setempat atau sering dikenal dengan istilah pasar.

Pasar merupakan sekumpulan pembeli dan penjual melalui aktual atau potensi mereka menentukan suatu produk atau serangkaian produk. Secara tradisional, pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli (Daniel, 2012 : 8). Namun, dalam pemasaran pasar adalah kelompok individual (perorangan maupun organisasi) yang mempunyai permintaan terhadap barang tertentu, berdaya beli dan berniat merealisasikan pembelian tersebut. (Riofota, 2015 : 44)

Pasar ternak juga merupakan salah satu pasar tradisional yang dikelola langsung oleh pemerintah daerah. Para pelakunya sebagian besar terdiri dari masyarakat pedesaan, baik itu pedagang maupun pembeli. Hal ini disebabkan, masyarakat pedesaan menjadikan hewan ternak khususnya sapi sebagai bentuk penyimpanan kekayaan atau investasi

terutama bagi masyarakat desa yang berprofesi sebagai petani. Namun tidak dapat dipungkiri ada juga pengusaha yang merambah bisnis ini, melihat peluang untuk mendapatkan keuntungan sangat bagus. Karena, selain dijadikan sebagai investasi, daging sapi juga dapat dikonsumsi dan sangat berguna bagi kesehatan tubuh manusia. Daging sapi mengandung zat besi, protein, Omega 3 dan vitamin B kompleks, yang mana kandungan tersebut sangat bermanfaat bagi tubuh manusia. Daging sapi juga merupakan bahan pokok dalam pembuatan berbagai macam makanan seperti: bakso, nugget dan lain sebagainya, sehingga daging sapi merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dalam kehidupan manusia sehari-harinya. (Farid, 2015 : 15)

Kabupaten Tanah Datar yang dikenal sebagai "*Luhak Nan Tuo*" merupakan salah satu wilayah yang terletak di tengah-tengah Propinsi Sumatera Barat dengan ibukota Batusangkar. Secara geografis wilayah Kabupaten Tanah Datar berada pada posisi $00^{\circ} 17' LS - 00^{\circ} 39' LS$ dan $100^{\circ} 19' BT - 100^{\circ} 51' BT$, dengan luas wilayah 1.336 Km^2 atau 133.600 Ha dan terdiri dari 14 Kecamatan, 75 Nagari, serta 395 Jorong. Luas daerah Kabupaten Tanah Datar mencapai 1.336 km^2 yang hanya sekitar 3,16 % dari luas Provinsi Sumatera Barat yang mencapai $42.229,04 \text{ km}^2$. Potensi Kabupaten Tanah Datar untuk sektor peternakan yang sangat potensial untuk dikembangkan adalah peternakan sapi potong, peternakan kuda, peternakan kambing potong, budidaya ayam ras pedaging, ayam bukan ras dan budidaya itik. Kota yang memiliki luas sebesar 133.600 Ha ini adalah kota yang memiliki mata pencarian yang bervariasi. Adapun mata pencarian mereka adalah sebagian besar pedagang dan selain itu juga sebagai petani. Sumber pendapatan penduduk cukup variatif tidak hanya bergantung pada sektor pedagang dan pertanian saja tapi juga banyak sektor lainnya. Kota kecil kedua di Sumatera Barat ini merupakan salah satu kota yang terkenal dengan budayanya yang kental. Hal ini dibuktikan di mana setiap aktivitas yang dilakukan tidak luput akan budaya yang selalu beriringan. (Profil Pukeswan SUMBAR, 2015 : 8)

Dunia perdagangan pun di kota ini tidak luput dengan adat istiadat dan budayanya. Perdagangan hewan pun tidak luput dari sentuhan budaya di kota ini, seperti budaya *Marosok* yang dilakukan para pedagang hewan di Pasar Ternak Batusangkar. Pasar Ternak Batusangkar merupakan salah satu tempat perdagangan hewan ternak yang ada di Kabupaten Tanah Datar. Keberadaan pasar hewan tersebut menjadikan kegiatan perdagangan hewan ternak di daerah sekitar Batusangkar menjadi lebih dimudahkan daripada harus bertransaksi di luar pasar ternak ini. Pasar Ternak Batusangkar juga merupakan pasar ternak yang populasi pedagangnya cukup banyak. Transaksi jual beli yang dilakukan oleh beberapa penjual maupun pembeli di Pasar Ternak Batusangkar ini dipengaruhi oleh budaya. Namun dengan budaya yang kental tersebut tidak menutup kemungkinan untuk adanya kesempatan bagi pelaku pasar melakukan manipulasi.

Berdasarkan observasi yang dilakukan pada tanggal 28 Januari 2021 dengan bapak Datuak Baso, adapun informasi dari bapak Datuak Baso bahwasannya ada tindak manipulasi yang dilakukan oleh pedagang sapi. Menjual sapi sakit dengan mengatakan bahwa sapi yang akan dijualnya adalah sapi sehat, hal ini tampak setelah transaksi dilakukan sehari setelah itu sapi tersebut mati saat masih di dalam kandang. Setelah di telusuri ternyata sapi tersebut dalam keadaan tidak sehat atau berpenyakit. Sehingga membuat pembeli merasa kecewa dengan tindakan tersebut. Transaksi dan tindakan yang sebenarnya tidak sesuai dalam etika bisnis Islam. Ada ketidakjujuran dalam melakukan perdagangan yang dilakukan oleh pedagang terhadap pembeli. Ini terlihat pada perdagangan yang dilakukan oleh beberapa pedagang yang tidak berlaku jujur dan transparan dalam melakukan transaksi.

Dalam berbagai hadist Nabi Muhammad saw sering menekankan pentingnya perdagangan jujur. Di antaranya, bahwa nabi bersabda:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا - أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا - فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ
لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَتُهُ بَيْعِهِمَا

Artinya: *“Kedua orang penjual dan pembeli masing-masing memiliki hak pilih (khiyar) selama keduanya belum berpisah. Bila keduanya berlaku jujur dan saling terus terang, maka keduanya akan memperoleh keberkahan dalam transaksi tersebut. Sebaliknya, bila mereka berlaku dusta dan saling menutup-nutupi, niscaya akan hilanglah keberkahan bagi mereka pada transaksi itu.”* (HR. Bukhari no. 2079 dan Muslim no. 1532)

Berdasarkan pengamatan yang ditemukan sebagian besar pedagang dan pelaku bisnis di Pasar Ternak Batusangkar ini adalah masyarakat Islam yang agamis. Namun berdasarkan faktanya, masih banyak pelanggaran etika dalam melaksanakan bisnis, sehingga menimbulkan spekulasi bagi pelaku bisnis dalam hal ini adalah pedagang yang ada di pasar Pasar Ternak Batusangkar terkait tentang penerapan etika bisnis Islam. Apakah pedagang tidak ingin melaksanakan etika ini secara murni sehingga mereka masih melanggar perjanjian, memanipulasi. Ataukah mereka kurang memahami etika bisnis Islam yang sebenarnya. Ataukah memang mereka paham, tapi tidak mau melaksanakannya. Berbisnis pada hakikatnya adalah profesi yang luhur yang melayani masyarakat banyak, karena usaha-usaha bisnis berada di tengah-tengah masyarakat haruslah menjaga kelangsungan bisnisnya dengan cara menerapkan etika bisnis Islam. Berdagang dengan jujur sangatlah penting, karena dalam suatu organisasi bisnis khususnya perdagangan pastilah memerlukan pelaku-pelaku yang jujur, adil dan objektif, tidak curang, tidak khianat serta dapat menghindari sifat-sifat tercela lainnya, sehingga keberadaan bisnis bisa saling menguntungkan, bukan keberuntungan sepihak melainkan keduanya dalam hal ini yaitu antara penjual dan pembeli saling membutuhkan dan bisa jadi keberlangsungan keberhasilan bisnis dipengaruhi oleh pelaku bisnis dalam beretika. Akan tetapi keadaan tersebut belum terlaksana secara menyeluruh di Pasar Ternak Batusangkar.

Hal ini lah yang mendorong penulis untuk meneliti lebih jauh tentang tentang bagaimana Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar. Dalam bentuk skripsi

yang berjudul “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar*”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah ini diatas dapat diketahui fokus masalahnya adalah “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar*”.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah, sebagai berikut: Bagaimana Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut : Untuk menjelaskan Analiss Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

Adapun manfaat dan luaran dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk melihat perbandingan antara ilmu yang didapat di bangku perkuliahan dengan keadaan yang sebenarnya. Sehingga mengetahui penerapan etika bisnis Islam dalam pelaksanaan penjualan sapi di Pasar Ternak Batusangkar, dan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

b. Bagi Instansi

Memberikan informasi pada pasar ternak sebagai perbandingan dalam meningkatkan kemajuan perternakan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini semoga bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya. Untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang analisis penerapan etika bisnis Islam dalam pelaksanaan penjualan sapi di pasar ternak Batusangkar.

2. Luaran Penelitian

Adapun luaran penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah agar dapat diterbitkan dalam jurnal ilmiah, dan bisa menambah khazanah pustaka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar

F. Definisi Operasional

Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut :

1. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al islamiyah*) yang dibungkus dengan batasan syariah. Perilaku yang etis adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya. Perbedaan etika bisnis Islam dengan etika bisnis yang selama ini dipahami dalam kajian ekonomi terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang atau akhirat.

2. Pelaksanaan Penjualan Sapi

Pelaksanaan penjualan sapi di Pasar Ternak Batusangkar belum memenuhi etika bisnis secara menyeluruh karena masih ada tindak kurang jujur yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Penerapan

a. Pengertian Penerapan

Penerapan adalah suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya (KBBI, 2016 : 1170). Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa penerapan merupakan sebuah tindakan yang baik dilakukan secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan.

b. Unsur- Unsur Penerapan

Penerapan merupakan sebuah kegiatan yang memiliki tiga unsur penting dan mutlak dalam menjalankannya. Adapun unsur-unsur penerapan meliputi :

- 1) Adanya program yang dilaksanakan
- 2) Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.
- 3) Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.

Berdasarkan penjelasan unsur- unsur penjelasan di atas maka penerapan dapat terlaksana apabila adanya program- program yang memiliki sasaran serta dapat memberi manfaat pada target yang ingin dicapai dan dapat dipertanggungjawabkan dengan baik. (Aziz. A, 2013 : 19)

2. Etika

a. Pengertian Etika

Etika adalah cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk yang berkaitan dengan perbuatan dan tindakan seseorang, yang dilakukan dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik itu berhubungan dengan diri sendiri maupun berhubungan dengan orang lain. (Aziz. A, 2013 : 20)

Dilihat dari segi asal usulnya pun berbeda, meskipun ada kesamaan arti bahwa kata “Etika” (*Ethos*) adalah istilah Yunani yang berarti adat, watak atau kesusilaan. Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik dalam diri seseorang maupun pada suatu kelompok atau masyarakat. (Aziz. A 2013 : 24)

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa etika adalah seperangkat aturan mana yang boleh dan dilarang untuk dilakukan oleh seseorang dalam bertindak agar dapat memberikan masalah bersama.

3. Bisnis

a. Pengertian Bisnis

Definisi bisnis atau perusahaan secara umum adalah suatu lembaga atau kumpulan orang dengan kemampuan kewirausahaan atau *intrepreneurship* yang dimiliki untuk berkerja sama dengan sejumlah pihak terkait dalam menggunakan dan memanfaatkan sumber daya dalam rangka menghasilkan barang atau jasa yang bernilai dan berguna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain atau masyarakat pada umumnya . (Amalia, 2014 : 34)
Sedangkan, banyak pendapat para pakar tentang bisnis diantaranya yaitu sebagai berikut:

- 1) Menurut Steiner, Pengertian bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberikan manfaat.
- 2) Menurut J.S Nimpoena, pengertian bisnis dalam arti sempit, tidak lain dari fiksi. Adapun dalam arti luas bisnis merupakan usaha yang terkait erat dengan dunia ekonomi dan juga politik.
- 3) Menurut Hughes dan Kapoor menyatakan bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. (Amalia, 2014 : 34)

Berdasarkan pengertian bisnis menurut beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi yang menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna yang saling menguntungkan dan memberikan manfaat.

b. Tujuan Bisnis

Pada umumnya diketahui, bahwa orang yang menyelenggarakan kegiatan bisnis bertujuan untuk memperoleh:

1. Keuntungan finansial (*profit*).
2. Menciptakan atau barang yang dibutuhkan.
3. Kesejahteraan.
4. Eksistensi.
5. Pertumbuhan.
6. Prestise (*prestige*).

Keuntungan finansial atau laba (*profit*) berarti kelebihan penghasilan (*revenue*) di atas biaya yang harus dikeluarkan oleh bisnis. Profit yang diperoleh akan dapat dipergunakan sebagai alat dan sarana, antara lain : untuk memajukan dan semakin meningkatkan omset penjualan. Jadi, profit tujuan antara mencapai tujuan lain yaitu menciptakan barang atau jasa yang dibutuhkan,

meningkatkan kesejahteraan bersama, memajukan eksistensi, pertumbuhan dan *prestise*.

4. Pengertian Islam

Menurut bahasa Islam berasal dari bahasa Arab yang diambil dari kata *salima* yang berarti selamat. Dari kata *salima* dibentuk menjadi kata *aslama* yang berarti berserah diri, patuh dan tunduk. Kemudian jadilah kata Islam yang mengandung arti selamat, aman, damai, patuh, berserah diri dan taat. (Nata, 2011 : 11)

5. Bisnis Islam

a. Pengertian Bisnis Islam

Definisi bisnis atau perusahaan secara umum adalah suatu lembaga atau kumpulan orang dengan kemampuan kewirausahaan atau *intrepreneurship* yang dimiliki untuk berkerja sama dengan sejumlah pihak terkait dalam menggunakan dan memanfaatkan sumberdaya dalam rangka menghasilkan barang atau jasa yang bernilai dan berguna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain atau masyarakat pada umumnya. (Aziz. A, 2013 : 34)

Secara spesifik rumusan bisnis Islam dapat dinyatakan sebagai institusi atau orang yang mendirikan usaha yang dilakukan sesuai dengan ketentuan – ketentuan syariah Islam. Ciri utama dalam paradigma bisnis Islam adalah manusia sebagai pelaku usaha berkedudukan sebagai pemegang amanah yang diberi oleh Allah SWT untuk mengelola sumber daya. Tugas pengembanan amanah ini termaksud tugas ibadah kepada Allah SWT dalam bentuk pelaksanaan kegiatan bisnis.(Aziz. A, 2013 : 34)

Bisnis islam tercantum dalam Al-Qur'an melalui kata *tijarah* yang mencakup dua makna, yang pertama: perniagaan secara global yang mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Sedangkan, pengertian kedua yaitu perniagaan secara khusus yang berarti perdagangan ataupun jual beli antar manusia (Susanti, 2017 : 27). adapun salah satu ayat al-Qur'an yang

berbicara tentang tjiarah yaitu firman Allah dalam QS. An-Nisa :
29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾ يَأْتِيهَا
الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, Karena umat merupakan suatu kesatuan.”

Turunnya ayat ini tidak bisa dipastikan secara tegas kapan ayat tersebut diturunkan. Apakah sesudah atau sebelum pengharaman riba. Jika turun sebelum pengharaman riba maka ayat ini berfungsi sebagai peringatan awal tentang pelarangan riba, jika turun setelah pengharaman riba, maka ayat ini berfungsi sebagai penjelasan terhadap sebagai salah satu larangan mengambil harta manusia secara bathil. (Sayyid Qutub, 2004: 239)

Surat an-Nisa ayat 29 tersebut merupakan larangan tegas mengenai memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan bathil. Memakan harta sendiri dengan jalan bathil adalah

membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan cara batil ada berbagai macam caranya, seperti memakannya dengan jalan riba, judi, menipu, menganiaya. Termasuk juga dalam jalan yang membatalkan sahnya segala jual beli.

Adapun kalimat janganlah kalian ambil harta orang lain dengan cara haram dalam jual beli, (jangan pula) dengan riba, judi, merampas dan penipuan. Akan tetapi dibolehkan bagi kalian untuk mengambil harta milik selainmu dengan cara dagang yang lahir dari keridhaan dan keikhlasan hati antara dua pihak dan dalam koridor syari'. (Az-Zuhaili,1997 : 84)

Berdasarkan penjelasan diatas kandungan QS. An-Nisa : 29 penulis menyimpulkan bahwasannya Allah dengan tegas melarang kita dalam memperoleh atau membelanjakan harta dengan cara yang bathil. Dalam memperoleh harta kita diberikan keleluasaan untuk berkreasi dalam mencari rezeki, termasuk berniaga merupakan contoh mencari rezeki yang telah tercantum surat ini. Namun dalam berniaga atau berdagang, Allah tidak senantiasa membiarkan begitu saja tapi memberikan garis-garis yang harus dipatuhi. Mencari rezeki dengan berdagang diperbolehkan dengan dasar suka sama suka, tidak merugikan orang lain dan diri sendiri dengan kata lain harus saling menguntungkan.

b. Tujuan Bisnis Islam

Tujuan bisnis Islam secara spesifik yang sesungguhnya adalah dipersembahkan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT dan termotivasi untuk memperoleh ridho dan pahala dan barokah dari Allah SWT. (Aziz. A, 2013 : 42)

c. Orientasi Islam Sebagai Kendali Bisnis

Menurut (Anton, 2013 : 5) menyatakan bahwa dengan kendali syariat, bisnis bertujuan untuk mencapai empat hal utama, sebagai berikut:

1) Target hasil : profit-materi dan benefit-nonmateri.

Tujuan perusahaan harus tidak hanya mencari profit (*qimah madiyah atau nilai materi*) setinggi- tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh atau memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan lain sebagainya.

2) Pertumbuhan

Jika profit materi dan benefit non materi telah diraih sesuai target, perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan dan kenaikan terus – menerus dari setiap profit dan benefitnya itu. Hasil perusahaan akan diusahakan agar tumbuh meningkat setiap tahunnya. Upaya itu dilakukan sesuai koridor syariat. Misalnya, dalam meningkatkan jumlah produksi seiring dengan perluasan pasar, peningkatan inovasi sehingga bisa menghasilkan produk baru dan lain sebagainya.

3) Keberlangsungan

Belum sempurna orientasi manajemen suatu perusahaan 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. Sebagaimana upaya pertumbuhan, setia aktivitas untuk menjaga keberlangsungan tersebut juga dijalankan dalam koridor syariah.

4) Keberkahan

Faktor keberkahan atau orientasi untuk menggapai ridha Allah SWT merupakan puncak kebahagiaan hidup manusia muslim. Bila ini tercapai, menandakan terpenuhinya dua syarat diterimanya amal manusia, yakni adanya elemen niat ikhlas dan sesuai dengan tuntunan syariat. Karenanya, para pengelola bisnis perlu mematok orientasi keberkahan yang dimaksud agar pencapaian segala orientasi diatas senantiasa berada didalam koridor syariat yang menjamin diraihnya keridhaan Allah SWT.

d. Perbedaan Bisnis Islam dan Non Islam

Bisnis Islam yang dikendalikan oleh aturan halal dan haram, baik dari cara perolehan maupun pemanfaatan harta, sama sekali berbeda dengan bisnis non-Islami. Dengan landasan sekularisme yang bersendikan pada nilai- nilai material, bisnis non-Islami tidak memperhatikan aturan halal dan haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan, dan segala usaha yang dilakukan dalam meraih tujuan-tujuan bisnis.(Djakfar, 2012 : 21)

Dari asas sekularisme inilah, seluruh bangunan karakter bisnis non-Islam diarahkan pada hal-hal yang bersifat bendawi dan menafikan nilai ruhiah serta keterikatan bisnis pada aturan yang lahir nilai- nilai aturan halal-haram . Kalaupun ada aturan, semata bersifat etik yang ada hubungannya dengan dosa dan pahala. (As-Sabatin, 2011 : 16)

Dengan melihat karakter yang dimiliki, bisnis Islam hanya akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang Islami pula. Dalam lingkungan yang tidak Islami, sebagaimana yang kini terjadi, sadar atau tidak, disengaja atau tidak, suka atau tidak, pelaku bisnis akan mudah sekali terseret dan sukar berkelit dalam kegiatan yang dilarang agama. Mulai dari uang pelicin saat

perizinan usaha, menyimpan uang dalam rekening koran yang berbunga, hingga iklan yang senonoh. (Tarigan, 2016 : 12)

Sebaliknya, bisnis non-Islam juga tidak akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang Islam kecuali ia mengubah dirinya menjadi bisnis yang memperhatikan nilai- nilai Islam. Bisnis non-Islam dalam lingkungan Islami pasti akan berhadapan dengan aturan-aturan yang melarang segala kegiatan yang bertentangan dengan syariat. Karenanya, bisnis-bisnis maksiat semacam pub, diskotik, panti pijat, perbankan ribawi, prostitusi, judi, dan sebagainya pasti tidak akan tumbuh dalam sistem Islam. (Tarigan, 2016 : 12)

Jadi berdasarkan penjelesan di atas penulis menyimpulkan jelaslah bahwa tumbuh tidaknya jenis kegiatan bisnis akan sangat dan bergantung pada macam sistem dari lingkungan yang ada.

e. Karakter Bisnis Islam dan Non-Islam

Adapun karakter bisnis Islam dan Non-Islam adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Karakteristik Bisnis Islam dan NON-Islam

ISLAM	KARAKTER BISNIS	NON-ISLAM
Aqidah Islam (nilai- nilai transendental)	ASAS	Sekularisme (Nilai- nilai material)
Dunia – akhirat	MOTIVASI	Dunia
Provit dan benevit (non materi / qimah), pertumbuhan, keberlangsungan, keberkahan	ORIENTASI	Profit, pertumbuhan, keberlangsungan.

Tinggi, bisnis adalah bagian dari ibadah	ETOS KERJA	Tinggi, bisnis adalah kebutuhan duniawi.
Maju dan produktif, konsenkuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	SIKAP MENTAL	Maju dan produktif, sekaligus konsumtif konsenkuensi aktualisasi diri.
ISLAM	KARAKTER BISNIS	NON-ISLAM
Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	KEAHLIAN	Cakap dan ahli dibidangnya, konsenkuensi dari motivasi reward dan punishment
Terpercaya dan bertanggung jawab, tujuan tidak menghalalkan segala cara	AMANAH	Tergantung kemuan individu (pemilik modal), tujuan menghalalkan segala cara
Halal	MODAL	Halal dan haram
Sesuai dengan akad kerjanya	SDM	Sesuai dengan akad kerjanya atau sesuai keinginan pemilik modal
Halal	SUMBER DAYA	Halal dan Haram
Visi dan misi	MANAJEMEN	Visi dan misi

organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia didunia	STRATEGIK	organisasi ditetapkan berdasarkan pada kepentingan meterial belaka.
Jaminan halal bagi setiap pemasukan, proses dan pengeluaran, mengedepankan produktivitas pada koridor syariah	MANAJEMEN OPERASI	Tidak jaminan halal bagi setiap pemasukan, proses dan pengeluaran, mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
ISLAM	KARAKTER BISNIS	NON-ISLAM
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan pengeluaran	MANAJEMEN KEUANGAN	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan pengeluaran
Pemasaran dalam koridor jaminan halal	MANAJEMEN PEMASARAN	Pemasaran menghalalkan segala cara
SDM profesional dan keperibadian Islam, SDM adalah pengelola bisnis	MANAJEMEN SDM	SDM profesional, SDM adalah faktor produksi, SDM bertanggung jawab pada diri dan majikan.

(Sumber : Tarigan, 2016 : 14)

6. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah seperangkat prinsip-prinsip etika yang membedakan yang baik dan yang buruk, benar dan salah, dan lain sebagainya. Etika bisnis merupakan prinsip umum yang membenarkan seseorang mengaplikasikannya atas apa saja dalam dunia bisnis (Saifullah, 2011 : 132). Dalam arti lain, etika berarti seperangkat prinsip dan norma yang mana para pelaku bisnis harus menjunjungnya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat. (Aravik, 2020 : 2)

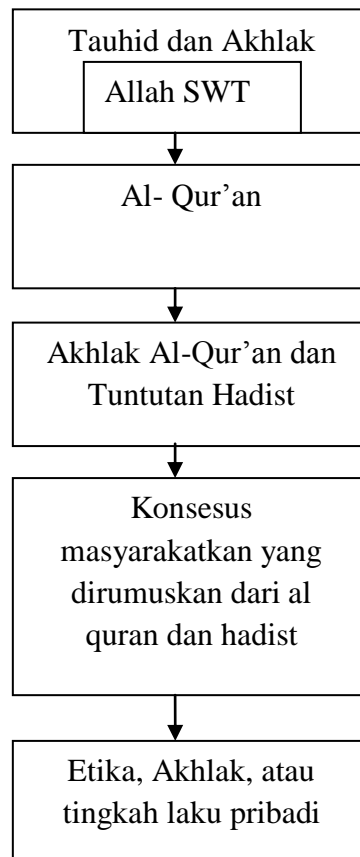
Sedangkan etika bisnis Islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis (*akhlaq al islamiyah*) yang dibungkus dengan batasan syariah. Perilaku yang etis adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya. Perbedaan etika bisnis Islam dengan etika bisnis yang selama ini dipahami dalam kajian ekonomi terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang atau akhirat. (Muljadi, 2019 : 37)

Berdasarkan penjelasan diatas penulis menarik kesimpulan bahwa etika bisnis islam adalah Aturan dalam menjalankan bisnis agar sesuai dengan prinsip Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran antara pelaku bisnis. Karena Allah telah membuat kode etik bagi seorang pembisnis mengenai bisnis tersebut. Apabila kode etik yang telah ditetapkan tersebut dilaksanakan tentu tidak akan terjadi perilaku menyimpang dalam pelaksanaan bisnis yang merugikan orang lain.

b. Kerangka Konseptual Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan salah satu bentuk implementasi nilai-nilai keIslaman di dalam aktivitas bisnis. Adapun kerangka konseptual etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual Etika Bisnis Islam



(Sumber : Harahap, 2011 : 93)

Etika bisnis Islam bersumber langsung pada firman Allah dan Hadis Nabi, kemudian diadopsi menjadi tata nilai dan norma. Tata nilai dan norma itulah yang akan mengatur etika, akhlak atau tingkah laku seorang muslim (Harahap, 2011 : 93).

c. Konsep Dasar Etika Bisnis Islam

Ada lima konsep dasar etika bisnis Islam, yang terdiri atas prinsip-prinsip umum yang terhimpun menjadi satu kesatuan yang terdiri atas konsep-konsep keesaan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebajikan (*ihsan*). Adapun penjelasan dari konsep dasar etika bisnis diatas adalah sebagai berikut:

1) Kesatuan (*Tauhid/Unity*)

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. (Djakfar, 2012 : 22)

2) Keseimbangan (*Keadilan/Equilibrium*)

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya suatu situasi di mana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho (*'An taradhin*). (P3EI,2014 : 69)

3) Kehendak Bebas (*Ikhtiyar/Free Will*)

Dalam pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemashlahahan yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai Islam. (P3EI,2014 : 68)

4) Ihsan (*Benevolence*)

Ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita perbuat.

d. Prinsip - Prinsip Etika Bisnis

1) Prinsip etika bisnis secara umum

Adapun beberapa prinsip etika bisnis yaitu sebagai berikut:

- a) Prinsip otonomi, sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.

- b) Prinsip kejujuran, terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. *Pertama*, jujur dalam pemenuhan syarat- syarat perjanjian dan kontrak. *Kedua*, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. *Ketiga*, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.
- c) Prinsip keadilan, menuntu agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteri yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan.
- d) Prinsip yang saling menguntungkan (*mutual benefit principle*), menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa, sehingga menguntungkan semua pihak.
- e) Prinsip integritas moral, terutama dihayati sebagai internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan maupun perusahaan.(Susanti, E. 2012 : 32)

2) Prinsip- Prinsip Etika Bisnis Islam

Menurut Djakfar (2012 : 28) menyatakan bahwa seorang pelaku bisnis harus memperhatikan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam islam yaitu:

Pertama, bersandar pada ketentuan Tuhan (Tauhid). Tauhid merupakan sebuah ekspresi pengakuan akan adanya Tuhan yang maha Esa sebagai muara berlabuhnya pertanggungjawaban perbuatan manusia yang tidak mungkin dihindari oleh siapa pun. (Djakfar, 2012 : 28)

Kedua, menjual barang yang hala dan baik mutunya. *Ketiga*, dilarang menggunakan sumpah. *Keempat*, longgar dan bermurah hati. *Kelima*, membangun hubungan baik dengan

sesama pedagang. *Keenam*, tertib administrasi. *Ketujuh*, menetapkan harga dengan transparan. (Djakfar, 2012 : 28)

7. Ajaran Rasulullah SAW tentang Etika dalam berbisnis

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

a. *Siddiq* (Jujur/Benar)

Jujur nilai dasarnya ialah intergritas, nilai-nilai, ikhlas, terjamin, dan keseimbangan emosional adalah sikap yang sangat urgen dalam hal bisnis. Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Tidak ada kontradiktif dan pertentangan yang disengaja antara ucapan dan perbuatan. Selalu bersikap jujur maka akan dicatat oleh Allah sebagai seorang yang jujur Dalam berbagai hadist Nabi Muhammad saw sering menekankan pentingnya perdagangan jujur, bahwa nabi bersabda:

وَبَيْنَا الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا – أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا – فَإِنْ صَدَقَا
بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِطَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

Artinya: “Kedua orang penjual dan pembeli masing-masing memiliki hak pilih (*khiyar*) selama keduanya belum berpisah. Bila keduanya berlaku jujur dan saling terus terang, maka keduanya akan memperoleh keberkahan dalam transaksi tersebut. Sebaliknya, bila mereka berlaku dusta dan saling menutup-nutupi, niscaya akan hilanglah keberkahan bagi mereka pada transaksi itu.” (HR. Bukhari no. 2079 dan Muslim no. 1532)

Oleh sebab itu, salah satu karakter pebisnis yang terpenting dan diridhoi oleh Allah ialah kejujuran. Begitu pentingnya kejujuran bagi kehidupan di segala aspek terutama dalam kegiatan bisnis yang berkaitan dengan orang lain.

b. *Amanah* (Terpercaya)

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

c. *Fathanah* (cerdas)

Fathanah berarti memiliki pengetahuan luas, nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, pemimpin yang cerdas sadar produk dan jasa serta mengerti akan sesuatu dan dapat menjelaskannya, *fathanah* dapat juga diartikan dengan kecerdikan atau kebijaksanaan. Sifat *fathanah* dapat dinyatakan sebagai strategi hidup setiap muslim. Seorang muslim yang mempunyai kecerdasan dan kebijaksanaan, akan mementingkan persoalan akhirat dibanding dengan persoalan dunia.

d. *Tabligh* (Komunitatif-Promotif)

Rasulullah SAW dikaruniai sifat *tabligh* untuk menyampaikan apa yang diterima dari Allah SWT Kepada umatnya dengan tidak mengurangi sedikitpun perintah yang di terimanya. Sifat *tabligh* nilai dasarnya ialah *komunikatif* dan nilai bisnisnya ialah supel, penjual yang cerdas, deskripsi tugas, kerja tim, koordinasi dan ada supervisi, *tabligh* artinya menyampaikan sesuatu. Hal ini berarti bahwa orang yang memiliki sifat *tabligh* harus *komunikatif* dan *argumentatif*.

8. Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama. (Swastha. B, 2014 : 403)

b. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian (Swastha. B, 2014 : 404). Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

- 1) Mencapai volume penjualan
- 2) Mendapatkan laba tertentu
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

c. Pengertian Jual Beli

Jual beli adalah kegiatan usaha yang dilakukan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup. Penjualan atau jual beli menurut Bahasa berarti *al-Bai'I*, *al-Tijarah* dan *al-Mubadalah*. Secara terminologi, jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak. Yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati. Sesuai syara' maksudnya adalah memenuhi syarat, rukun dalam jual beli itu yang memiliki

manfaat dan berharga yang dapat dibenarkan penggunaannya menurut syara'.(Zuhaili, 2011 : 25)

Jual beli menurut Ilmu Fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar-menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Dan adapun jual-beli menurut Ilmu Fiqih Islam yaitu menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara yang tertentu (akad). ". Oleh karena itu, substansi jual beli dalam Islam adalah nilai-nilai religius yang berpedoman kepada dalil-dalil syara' demi tercapainya jual beli yang diridhai Allah. (Zuhaili, 2011 : 25)

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwasannya penukaran merupakan proses atau cara tertentu dalam menukarkan sesuatu yang diinginkan antara penjual atau pembeli dengan dasar suka sama suka sehingga tidak merugikan siapapun sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

d. Rukun dan Syarat-Syarat Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh syara'. Rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sulit untuk diindra sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan itu dari kedua belah pihak. Indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak tergambar dalam ijab dan kabul, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang. (Zuhaili, 2011 : 27)

Adapun rukun jual beli menurut mayoritas ulama selain Hanafi yaitu :

- 1) Pelaku transaksi (penjual/pembeli)
- 2) Objek transaksi (barang/jasa)
- 3) Pernyataan (ijab/qabul)

Dalam rukun jual beli terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi agar hukum dalam transaksi jual beli sesuai dengan syariat Islam. (Zuhaili, 2011 : 27) Adapun syarat-syarat jual beli dalam mazhab Syafi'i.

- 1) Syarat-syarat pelaku transaksi.
 - a) Pelaku transaksi atau *Rusyd* harus baligh dan berakal, serta bisa mengatur harta dan agamanya dengan baik. Dengan demikian tidak sah jual beli yang dilakukan oleh seorang anak kecil meskipun dengan tujuan untuk mengujinya, tidak pula orang gila dan orang yang dipelihara hartanya karena kebodohnya.
 - b) Pelaku transaksi tidak boleh dipaksa secara tidak benar. Dengan demikian, bila seseorang dipaksa secara tidak benar untuk melakukan transaksi jual beli, maka transaksinya dianggap tidak sah.
 - c) Keislaman orang yang membeli al-Qur'an atau semacamnya, seperti buku hadis, buku fiqh yang mengandung ayat-ayat al-Qur'an, dan hadits. Sebab jika tidak, maka akan terjadi penghinaan atas hal-hal yang disebutkan di atas.
- 2) Syarat-syarat shighah transaksi
 - a) Khitab (pernyataan dalam bentuk pembicaraan) yaitu masing-masing dari kedua belah pihak berbicara satu sama lain dengan berkata "*aku menjual kepadamu*" dan pembicaraan penjual harus tertuju ke pembeli.
 - b) Pihak yang memulai pernyataan transaksi harus menyebutkan harga dan barang, seperti mengatakan, "*aku menjual kepadamu barang ini dengan harga sekian*".

- c) Tidak boleh terjadi pemisahan waktu yang lama antara pernyataan ijab dan qabul dan tidak boleh diselingi dengan pernyataan asing yang tidak termasuk konteks transaksi.
 - d) Pihak yang mengatakan ijab tidak boleh mengubah pernyataan ijabnya sebelum pihak qabul menerimanya serta harus ada kesesuaian isi antara ijab dan qabul.
- 3) Syarat-syarat untuk barang
- a) Hendaknya barang harus bersih, karena itu tidak sah menjual anjing, minuman keras, dan barang yang terkena najis, dll.
 - b) Hendaknya barang bermanfaat secara agama.
 - c) Hendaknya barang bisa diserahkan. Dengan demikian, tidak sah menjual burung di udara, ikan di laut, binatang yang sedang hilang, budak yang kabur dan barang yang dirampas.
 - d) Hendaknya barang yang dijual merupakan milik penjual atau setidaknya ia memiliki hak kuasa atasnya. Atas dasar ini, transaksi *fudhuli* (orang yang menjual barang orang lain tanpa seizin yang punya).
 - e) Hendaknya barang diketahui jenis, jumlah dan sifatnya oleh kedua belah pihak.
- 4) Syarat-syarat nilai tukar (harga barang)

Nilai tukar barang adalah termasuk unsur yang terpenting. Zaman sekarang disebut uang. Berkaitan dengan nilai tukar ini, ulama fiqih membedakan antara *as-tsamn* dan *as-si'r*. *as-tsamn* adalah harga pasar yang berlaku ditengah-tengah masyarakat, sedangkan *as-si'r* adalah modal kepada konsumen. Dengan demikian, ada dua harga, yaitu harga antara sesama pedagang dan harga antara pedagang dan konsumen (harga jual pasar). Harga yang dipermainkan para pedagang adalah harga pasar yang berlaku ditengah-tengah

masyarakat (*as-tsamn*), bukan harga modal kepada konsumen (*as-si'r*). (Zuhaili, 2011 : 29) Ulama Fiqih mengemukakan syarat *as-tsamn* sebagai berikut:

- a) Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
- b) Boleh diserahkan pada saat waktu akad (transaksi), sekali pun secara hukum seperti pembayaran dengan cek atau kartu kredit. Apabila barang itu dibayar kemudian (berhutang), maka waktu pembayarannya harus jelas waktunya.
- c) jual beli itu dilakukan dengan saling mempertukarkan barang, maka barang yang dijadikan nilai tukar, bukan barang yang diharamkan oleh syara' seperti babi dan khamar, karena kedua jenis benda itu tidak bernilai dalam pandangan syara'.

e. Dasar Hukum Jual Beli

Jual-beli adalah aktifitas ekonomi yang hukumnya boleh berdasarkan kitabullah dan sunnah rasul-Nya serta ijma' dari seluruh umat Islam. Adapun dasar hukum jual beli dalam islam adalah sebagai berikut:

1) Kaidah Fiqih

Adapun dalil yang memperbolehkan muamalah (jual beli) dalam Islam adalah sebagai berikut:

الأصلُ في المعاملةِ الإباحةِ إلا أن يدلَّ دليلٌ على تحريمها

Artinya : “*Hukum asal dalam muamalah (jual beli) adalah diperbolehkannya.*”

Berdasarkan dalil di atas dijelaskan bahwasannya Islam memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan

bisnis (perdagangan) selama tidak ada dalil yang melarangnya.

2) Al-Qur'an

Di dalam ayat-ayat Al-Quran bertebaran banyak ayat tentang jual-beli. Salah satunya adalah firman Allah SWT :

وَإِحْلَاءَ اللَّهِ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. (QS. Al-Baqarah : 275)

Allah mengharamkan kepada umat Islam memakan harta sesama dengan jalan batil, misalnya dengan cara mencuri, korupsi, menipu, merampok, memeras, dan dengan jalan lain yang tidak dibenarkan Allah, kecuali dengan jalan perniagaan atau jual beli dengan didasari atas dasar suka sama suka dan saling menguntungkan.

3) Hadist

سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟
قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ – رواه البزار والحاكم

Artinya : “Nabi saw pernah ditanya; Usaha (pekerjaan/profesi) apakah yang paling baik (paling ideal) ?, Rasulullah saw bersabda; pekerjaan (usaha) seseorang dengan tangannya dan setiap jual beli yang baik.” (HR. Bazzar dan al-Hakim)

Berdasarkan dalil tersebut diatas, maka jelaslah bahwa hukum jual beli adalah *jaiz* (boleh). Namun tidak menutup kemungkinan perubahan status jual beli itu sendiri, semuanya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya syarat dan rukun jual beli.

f. Jual Beli yang Terlarang dalam Islam

Adapun penyebab terlarangnya sebuah transaksi adalah disebabkan faktor-faktor berikut ini:

1) Haram zatnya

Transaksi dilarang karena objek (barang atau jasa) yang di transaksikan juga dilarang, misalnya minuman keras, bangkai, daging babi, dan sebagainya. Jadi, transaksi jual beli minuman keras adalah haram, walaupun akad jual belinya sah.

2) Haram selain zatnya

a) Melanggar Prinsip “*An Taradin Mingkum*” Tadlis (Penipuan)

Setiap transaksi dalam slam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridha). Mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurigai (ditipu) karena terdapat kondisi dimana salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui pihak lain. Tadlis dapat terjadi dalam 4 (empat) hal, yakni dalam: kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan.

b) Melanggar Prinsip ‘*la Tazhlimuna wa la Tuzhlamun*

Prinsip kedua ini sama tidak boleh dilanggar adalah Prinsip ‘*la Tazhlimuna wa la Tuzhlamun*, yakni jangan menzalimi dan jangan dizalimi. Praktik-praktik yang melanggar prinsip ini diantaranya:

(1) *Taghrir (Gharar)*

Gharar atau disebut juga *taghrir* adalah situasi dimana terjadi ketidakpastian dari kedua belah pihak yang bertransaksi. Dalam *tadlis*, yang terjadi adalah pihak A tidak mengetahui apa yang diketahui oleh pihak B. Sedangkan dalam *Taghrir*, baik pihak A maupun pihak B sama-sama tidak memiliki kepastian mengenai sesuatu yang seharusnya bersifat pasti menjadi tidak pasti.

(2) Rekayasa Pasar Dalam *Supply* (*Ikhtikar*)

Rekayasa pasar dalam *supply* terjadi bila seorang produsen / penjual mengambil keuntungan normal dengan cara mengurangi *supply* agar harga produk yang dijualnya naik. Hal ini adalah dalam istilah fiqh disebut *Ikhtikar*.

(3) Rekayasa Pasar dalam *Demand* (*Bai' najasy*)

Rekayasa pasar dalam *demand* terjadi bila seorang produsen (pembeli) menciptakan permintaan palsu, seolah - olah ada banyak permintaan terhadap suatu produk sehingga harga jual produk itu akan naik.

(4) Riba

Riba berarti menukarkan suatu barang dengan barang yang, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian.

9. Pengertian pasar

Pasar merupakan sekumpulan pembeli dan penjual melalui aktual atau potensi mereka menentukan suatu produk atau serangkaian produk (Daniel, 2012 : 8). Secara tradisional, pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Namun, dalam pemasaran pasar adalah kelompok individual (perorangan maupun organisasi) yang mempunyai permintaan terhadap barang tertentu, berdaya beli dan berniat merealisasikan pembelian tersebut. (Riofota, 2015 : 54)

Berdasarkan pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pasar adalah wadah atau tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang menyebabkan terjadinya transaksi permintaan dan penawaran terhadap suatu produk antara penjual dan pembeli.

10. Pasar Ternak

Pasar ternak merupakan salah satu pasar tradisional yang dikelola langsung oleh pemerintah daerah. Para pelakunya sebagian besar terdiri dari masyarakat perdesaan, baik itu pedagang maupun

pembeli. Hal ini disebabkan, masyarakat perdesaaan menjadikan hewan ternak khususnya sapi sebagai bentuk penyimpanan kekayaan atau investasi terutama bagi masyarakat desa yang berprofesi sebagai petani. Namun tidak dapat dipungkiri ada juga pengusaha yang merambah bisnis ini, melihat peluang untuk mendapatkan keuntungan sangat bagus. Karena, selain dijadikan sebagai investasi, daging sapi juga dapat dikonsumsi dan sangat berguna bagi kesehatan tubuh manusia. Daging sapi mengandung zat besi, protein, Omega 3 dan vitamin B kompleks, yang mana kandungan tersebut sangat bermanfaat bagi tubuh manusia.¹⁰ Daging sapi juga merupakan bahan pokok dalam pembuatan berbagai macam makanan seperti: bakso, nugget dan lain sebagainya, sehingga daging sapi merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dalam kehidupan manusia sehari-harinya.(Farid, 2015 :14)

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

Kajian penelitian yang relevan bertujuan untuk acuan yang relevan dengan penelitian yang terdahulu. Tinjauan pustaka juga bertujuan untuk meminimalisir terjadinya plagiatisme atau meniru atas karya orang lain. Dibawah ini peneliti ajukan referensi yang berkaitan dengan penelitian ini.

1. Fitri Amalia (2013) dalam Tesisnya yang berjudul “*Konsep dan Implementasi Etika Bisnis dalam Pelaku Usaha Kecil*”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa para pelaku usaha yang menerapkan etika bisnis Islam menyakini apa yang dijual bukan semata mata untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) sebagai tujuan duniawi saja, melainkan juga untuk mendapatkan keberkahan dan keridhaan dari Allah SWT atas apa yang diusahakan. Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama- sama menggunakan etika bisnis bedanya yang penulis lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada pasar ternak sedangkan penelitian yang dilakukan Fitri Amalia membahas tentang Konsep Dan Implementasi Etika Bisnis Dalam Pelaku Usaha Kecil.

2. Evi Susanti (2017), dalam Skripsinya dalam Program Sarjana Universitas Raden Fatah, yang berjudul “*Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang*”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa etika atau perilaku yang diterapkan oleh CV. Jati Karya ini mayoritas sudah menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam. Hal tersebut dapat dilihat dari harga, produk dan kualitas barang yang mereka jual. Namun belum seratus persen maksimal, seperti masih ada karyawan/ti yang kurang ramah dan sopan terhadap pembeli. Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama- sama membahas tentang penerapan etika bisnis bedanya penulis lakukan ini membahas tentang penerapan etika bisnis Islam pada pasar ternak sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Evi Susanti yaitu Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Usaha Mebel.
3. Ivana Anggraini (2018), dalam Skripsinya dalam Program Sarjana Universitas Negeri Islam Ar- Raniry, yang berjudul “*Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Pasar Ruko Aceh*”. Variabel keadilan berpengaruh sebesar 2.032 artinya adanya hubungan positif atau searah antara variabel keadilan dengan minat beli konsumen. Variabel kejujuran berpengaruh sebesar -0.513 artinya adalah adanya hubungan negatif atau tidak searah antara variabel kejujuran dengan minat beli konsumen. Variabel *ihsan* /murah hati berpengaruh sebesar 3.175 artinya adanya hubungan positif atau searah antara variabel *ihsan* /murah hati dengan minat beli konsumen. Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama- sama menggunakan etika bisnis bedanya penelitian dari Ivana Anggraini ini menggunakan metode kuantitatif dengan melihat pengaruh etika bisnis Islam dalam meningkatkan minat beli konsumen sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif yaitu melihat gambaran atau penerapan dari etika bisnis Islam dalam pelaksanaan penjualan sapi.
4. Muhammad Farid dan Amilatuz Zahroh, dalam Karya Tulisnya berupa jurnal di Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang, yang

berjudul, *“Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Perdagangan Sapi Di Pasar Hewan Pasirian”*. Hasil dari penelitiannya menyimpulkan bahwa proses jual beli sapi di pasar hewan Pasirian sudah cukup sesuai dengan ajaran Islam, namun masih ada pedagang yang melakukan tindakan curang dalam bertansaksi. Kesamaan dalam penelitian ini yaitu sama- sama membahas tentang penerapan etika bisnis pada pasar ternak bedanya penulis melakukan penelitian di Pasar Ternak Batusangkar sedangkan Muhammad Farid dan Amilatuz melakukan penelitian di Pasar Hewan Pasirian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif yang dimaksud disini adalah mendeskripsikan tentang Analisis penerapan etika bisnis islam pada transaksi jual beli dalam pelaksanaan penjualan sapi di Pasar ternak Batusangkar. Untuk mengetahui lebih lanjut tentang praktek jual beli di Pasar Ternak Batusangkar, penulis menggunakan metode study kasus yaitu penelitian mengenai manusia penjual dan pembeli sapi di Pasar Ternak Batusangkar serta pihak Dinas Peternakan, peristiwa, latar secara mendalam. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan penelitian lapangan (*Feild Research*). Penelitian Lapangan (*Feild Research*) merupakan penelitian langsung yang dilakukan ditempat penelitian berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Ternak Batusangkar, dan waktu penelitian ini akan dilakukan terhitung dari pelaksanaan survei awal yang penulis lakukan sejak bulan Oktober 2020 – Juni 2021

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

Kegiatan	Okt- Feb	Tahun (2020-2021)								
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Ap	Mai	Jun
Observasi Awal										
Penyusunan Proposal Skripsi										
Bimbingan Proposal Skripsi										
Seminar Proposal										
Perbaikan Pasca seminar										
Penelitian										
Sidang Munaqasah										

(Sumber : Olahan Penulis,2021)

Dalam waktu penelitian proses wawancara terhambat dikarenakan masalah Covid-19 sehingga proses wawancara dibatasi hanya 2 (dua) minggu saja yaitu pada tanggal 27 Mei 2021– 2 Juni 2021.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara berupa daftar pertanyaan, untuk mendapatkan data dari pihak Dinas Peternakan selaku pihak yang bertanggungjawab atas Pasar Ternak, penjual dan pembeli sapi di Pasar Ternak Batusangkar. Adapun instrumen tambahan lainnya yang berguna untuk menunjang kelengkapan data adalah buku catatan, pena, *camera*, dan *tape recorder* atau alat perekam.

D. Sumber Data

Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer penulis kumpulkan dari penelitian lapangan dan wawancara dengan 4 (Empat) orang penjual dan 4 (Empat) pembeli selaku informan Kunci. serta pihak dinas perternakan selaku pengelola Pasar Ternak Batusangkar sebagai informan *support*.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah jenis data yang diperoleh melalui beberapa literatur- literatur yang berhubungan dengan masalah penelitian, seperti Al- Quran dan buku-buku hadis, jurnal, artikel dan buku- buku mengenai etika bisnis.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang penulis pilih dalam pengumpulan data adalah melalui:

1. Observasi

Metode yang penulis lakukan yaitu dengan cara mengamati langsung terhadap objek tertentu yang akan menjadi fokus penelitian dan mengetahui gambaran situasi atau suasana Pasar Ternak Batusangkar dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan etika bisnis Islam.

2. Wawancara

Mewawancarai penjual, pembeli dan pihak dinas ternak mengenai Etika bisnis Islam dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar. Proses wawancara dilakukan dengan sistem bergelinding atau acak, tidak pada sumber yang sama melainkan dengan sumber berbeda sampai penulis mendapatkan kesimpulan dari penelitian.

3. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen atau data-data dari pihak-pihak terkait seperti pihak Dinas.

Adapun cara pengumpulan data yang penulis lakukan yaitu dengan cara mencatat, merekam data dari pihak Dinas Peternakan, penjual dan pembeli Sapi.

F. Teknik Analisis Data

Adapun teknik Analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Penulis melakukan pengumpulan data di lapangan dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah itu, penulis melakukan proses reduksi data dengan melakukan terjemahan hasil wawancara ke dalam bentuk tulisan atau transkrip maupun menarasikan hasil observasi dan dokumentasi dengan demikian apa yang direduksikan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang Analisis Etika Bisnis Islam dalam Pelaksanaan Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar.

2. Penyajian data

Penyajian hasil penelitian ini dapat dipaparkan secara deskriptif berdasarkan temuan dilapangan dengan bahasa khas dan padangan *emik informan* agar mudah dipahami oleh pembaca.

3. Penarikan kesimpulan / verifikasi

Pada tahap ini penulis melakukan *verifikasi* atau *interpretasi* data sesuai dengan konteks permasalahan dari tujuan penelitian. Dari *interpertasi* yang dilakukan akan diperoleh kesimpulan dalam jawaban rumusan masalah. Tahap penarikan kesimpulan ini diharap mampu memberikan hasil penelitian secara keseluruhan.

G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Adapun teknik penjamin keabsahan data yang penulis gunakan adalah teknik triangulasi sumber yaitu penulis mengkaji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Ternak Batusangkar

Pasar ternak Batusangkar adalah suatu tempat dan sistem pemasaran yang secara spesifik digunakan dan diprioritaskan pada kegiatan transaksi jual-beli ternak hidup, ternak yang diperjualbelikan dipasar ternak adalah jenis ternak yang lazim dimanfaatkan sebagai ternak konsumsi seperti: sapi, kerbau, dan kambing. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 2)

1. Sejarah Berdirinya Pasar Ternak Batusangkar

Sejak zaman *VOC*, peternakan sudah dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan *VOC* di Nusantara. Pengembangan kuda dilakukan untuk keperluan tentara "*kompeni*", yaitu mengangkut beban dalam melaksanakan perang baik terhadap kerajaan yang ada di Indonesia maupun terhadap bangsa asing. Disamping itu, kuda juga diperlukan bagi bangsawan Belanda yang ada di Indonesia sebagai kuda tunggangan dan menarik kereta. Pengembangan kerbau dan sapi juga mendapat perhatian *VOC* untuk kepentingan penyediaan daging guna memenuhi kebutuhan konsumsi orang-orang *VOC* yang tinggal di Indonesia. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 2)

Setelah pemerintah Belanda mengambil kendali kekuasaan di Nusantara dari *VOC*, Pemerintah Hindia Belanda melakukan sejumlah langkah untuk mengembangkan peternakan. Pada Tahun 1806 Pemerintah Hindia Belanda mendatangkan sapi Benggala dari India untuk keperluan perkebunan tebu di Indonesia. Untuk pemeliharaan kesehatan hewan yang diperuntukkan bagi kepentingan pemerintah Belanda baik ternak kuda yang dipergunakan oleh pasukan militer maupun ternak sapi sebagai sumber tenaga kerja dan susu, didatangkanlah Dokter Hewan yang pertama ke Indonesia yakni **Drh. R.A. Coppicters** pada tahun 1820. Kemudian pada tanggal 26 Agustus 1836 ada ketetapan yang diterbitkan secara resmi oleh Pemerintah

melalui plakat (selebaran/pengumuman) tentang larangan pemotongan sapi betina produktif. Hal ini merupakan awal campur tangan pemerintah terhadap peternakan dan kesehatan hewan. Tanggal inilah yang kemudian dijadikan **Hari Lahir Peternakan dan Kesehatan Hewan**. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 2)

Walaupun kegiatan pengembangan peternakan sudah dimulai sejak zaman VOC akan tetapi **pembentukan Jawatan Kehewan baru terjadi pada tahun 1841** dengan nama *Veeartsenijkundige Dienst (VD)* di bawah Departemen Dalam Negeri. Pada Tahun 1851 Jawatan Kehewan yang semula di bawah naungan Departemen Dalam Negeri dipindah ke naungan Militer/Pasukan Berkuda/*Kavaleri* dan dipimpin Direktur Kebudayaan berdasarkan *Besluit* Gubernur Jenderal tanggal 24 Desember 1851 Nomor 3. Selanjutnya pada 1 Januari 1867 Jawatan Kehewan dari naungan *Kavaleri* pindah ke bawah naungan Departemen Pendidikan, Kebudayaan dan Kerajinan. Tahun 1885 pindah lagi ke naungan Departemen Dalam Negeri. Lantas Tahun 1905 Jawatan Kehewan dilimpahkan ke Departemen Pertanian dan Perdagangan atau *Departement van Landbouw, Nijverheid en Handel*. Keputusan ini dituangkan dalam *Staatsblad* No. 380 Tahun 1904. Instansi Jawatan Kehewan ini merupakan embrio yang terus berkembang dan berkali-kali ganti nama, yang pada akhirnya saat ini menjadi institusi yang disebut Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 4)

Pada zaman Jepang, urusan peternakan terbengkalai. Semua yang dibuat oleh pemerintah Hindia Belanda tidak berlaku bagi Jepang. Pada zaman penjajahan jepang pembinaan peternakan hampir tidak dilakukan. Pemerintahan jepang mengganti beberapa nama Instansi, yaitu: (1) *Veeartsenijkundeg Institut* dirubah menjadi Balai Penyelidikan Penyakit Hewan (BPPH), dan (2) Sekolah dokter hewan

diganti menjadi *Semon Zui Gakko* yang berlangsung sampai pertengahan 1945 yang menjadi cikal bakal Perguruan Tinggi Kedokteran Hewan pada tanggal 20 September 1946. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 4)

Selanjutnya pada era Orde Lama, salah satu tujuan pembangunan nasional adalah untuk meningkatkan produksi pangan rakyat termasuk pangan hewan, daging, telur dan susu yang merupakan pangan sehat dan cerdas. Kegiatan-kegiatan pembangunan peternakan untuk memproduksi daging, telur dan susu di era Orde Lama antara lain Kasimo Plan, kegiatan inseminasi buatan dan semboyan 4 sehat 5 sempurna. Kegiatan-kegiatan pembangunan lainnya selama Orde Lama untuk pembangunan peternakan adalah didirikannya Perusahaan Negara (PN) Perhewani pada tahun 1952, pembangunan Badan Penyelidikan Penyakit Mulut dan Kuku (BP-PMK) di Surabaya pada tahun 1952, pembentukan Lembaga Penelitian Peternakan (LPP) pada tahun 1950 di Bogor dengan nama Balai Penelitian Umum (BPU), pembangunan Balai Besar Penelitian Veteriner, pembangunan Taman Ternak Baturraden, pembangunan Induk Taman Ternak Padang Mangatas, pembangunan pendidikan dan sekolah peternakan (SNAKMA) di Bogor dan Malang serta pembangunan koperasi persusuan. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 5)

Pada era Orde baru tepatnya tanggal 3 November 1966, struktur organisasi Direktorat Jenderal Kehewanan dibentuk. Struktur organisasinya terdiri dari tiga unit eselon II yaitu (1) Sekretariat Direktorat Jenderal, (2) Direktorat Peternakan dan (3) Direktorat Kesehatan Hewan (Keswan). **Pada tanggal 18 Januari 1968, Ditjen Kehewanan berubah lagi menjadi Direktorat Jenderal Peternakan.** untuk menyesuaikan dengan Undang-undang Nomor 6 tahun 1967 yang telah diundangkan, Direktorat Jenderal baru ini

berkembang menjadi: (1) Sekretariat Direktorat Jenderal, (2) Direktorat Keswan, (3) Direktorat Usaha-usaha Peternakan dan (4) Badan Koordinasi Lembaga-Lembaga Penelitian dan Pendidikan Peternakan disingkat menjadi BKLPP, dimana lembaga-lembaga yang dikoordinasikan terdiri dari: (a) Lembaga Penelitian Peternakan, (b) Lembaga Penelitian Penyakit Hewan, (c) Lembaga Virologi Hewan, dan (d) Lembaga Pendidikan dan Kesehatan Hewan yang terdiri dari 2 SNAKMA yaitu di Bogor dan di Malang. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 6)

Untuk dapat melaksanakan pembangunan lebih bagus lagi, maka kelembagaan atau organisasi Direktorat Jenderal Peternakan ditingkatkan melalui Surat Keputusan Menteri Pertanian No 118/kpts/org/3/1971, tertanggal 16 Maret 1971 tentang tugas pokok pimpinan serta susunan organisasi dan tata kerja Direktorat Jenderal Peternakan sehingga susunannya menjadi: (1) Sekretariat Direktorat Jenderal Peternakan dipimpin oleh Sekretaris Ditjen Peternakan; (2) Direktorat Penyuluhan Peternakan dipimpin oleh Direktur Penyuluhan; (3) Direktorat Kesehatan Hewan dipimpin oleh Direktur Kesehatan Hewan; (4) Direktorat Pengembangan Produksi Peternakan dipimpin oleh Direktur Pengembangan Produksi Peternakan; (5) Direktorat Perencanaan oleh Direktur Perencanaan; (6) Lembaga Penelitian Peternakan dipimpin oleh Direktur Lembaga; (7) Lembaga Penelitian Penyakit Hewan dipimpin oleh Direktur Lembaga; (8) Lembaga Virologi Kehewan dipimpin oleh Direktur Lembaga. Sekolah Peternakan Menengah Atas pengelolanya ditangani oleh Direktorat Penyuluhan Peternakan. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 7)

Selanjutnya, berdasarkan Keputusan Presiden No 44 dan No 45 tahun 1974, tanggal 26 Agustus 1974, Departemen Pertanian ditambah dengan dua unit kerja eselon I yaitu : (1) Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian dan (2) Badan Pendidikan, Latihan dan

Penyuluhan Pertanian. Dengan dikeluarkannya Keppres No 44 dan No 45 ini maka seluruh kegiatan di unit kerja mengenai penelitian peternakan yakni Lembaga Penelitian Peternakan (LPP) dan Lembaga Penelitian Penyakit Hewan (LPPH) yang tadinya di bawah naungan Direktorat Jenderal Peternakan dialihkan ke Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (Balitbangtan). Demikian juga kegiatan pendidikan dan penyuluhan serta unit Direktorat Penyuluhan dan Pendidikan SNAKMA yang tadinya di bawah naungan Direktorat Jenderal Peternakan dialihkan ke dalam organisasi Badan Pendidikan, Latihan dan Penyuluhan Pertanian (BPLPP). (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 7)

Sesuai dengan Keppres No 44 dan No 45 tahun 1974, Menteri Pertanian menindaklanjutinya dengan Surat Keputusan Menteri Pertanian No 190/kpts/org/5/1975 tanggal 2 Mei 1975 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Departemen Pertanian Unit Kerja Ditjen Peternakan berubah menjadi unit kerja yang terdiri dari : (1) Sekretariat Ditjen Peternakan, (2) Direktorat Bina Program, (3) Direktorat Bina Produksi Peternakan, (4) Direktorat Bina Sarana Usaha Peternakan, dan (5) Direktorat Bina Kesehatan Hewan. Direktorat Penyuluhan yang sebelumnya masih ada, dihapus karena kegiatan penyuluhan peternakan sudah dialihkan ke BPLPP. Dalam SK Mentan ini juga disebut adanya Unit Pelaksana Teknis meliputi : (1) Induk Taman Ternak di Baturraden dan Cianjur, Induk Inseminasi Buatan di Bandung, (3) Penyidikan Penyakit Hewan di Ujung Pandang dan Denpasar, serta (4) Karantina. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 8)

Untuk dapat melaksanakan arahan, kebijaksanaan dan rencana kegiatan yang lebih baik lagi, organisasi Direktorat Jenderal Peternakan kapasitasnya ditingkatkan dengan SK Menteri Pertanian No 453/Kpts/org/6/1980 dengan susunan organisasi terdiri dari unit

kerja : (1) Sekretariat Ditjen Peternakan, (2) Direktorat Bina Program Peternakan, (3) Direktorat Bina Produksi Peternakan, (4) Direktorat Bina Usaha Petani Ternak, (5) Direktorat Kesehatan Hewan, dan (6) Direktorat Penyebaran dan Pengembangan Peternakan. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 8)

Kemudian pada tahun 1983, Organisasi Ditjen Peternakan melalui Keputusan Menteri Pertanian No 021.219706/Kpts/9/1983, ditingkatkan lagi menjadi tujuh unit kerja yaitu meliputi : (1) Sekretariat Ditjen Peternakan, (2) Direktorat Bina Program, (3) Direktorat Bina Produksi Peternakan, (4) Direktorat Bina Usaha Petani Ternak dan Pengolahan Hasil Peternakan, (5) Direktorat Kesehatan Hewan, (6) Direktorat Penyebaran dan Pengembangan Peternakan, dan (7) Direktorat Penyuluhan Peternakan. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 9)

Memasuki Pelita IV, Presiden Soeharto membentuk jabatan baru yang sebelumnya tidak ada yaitu Menteri Muda Urusan Peningkatan Produk Peternakan dan Perikanan (Menmud UP4) dalam Kabinet pembangunan IV. Tokoh yang dipercaya sebagai Menteri Muda adalah **Prof. Dr. Drh. JH Hutasoit** yang menduduki posisi tersebut tanggal 29 Maret 1983 hingga 19 Maret 1988. Hutasoit adalah mantan Dirjen Peternakan yang juga memiliki kiprah di berbagai lembaga antara lain sebagai pendiri Fakultas Peternakan IPB, Dekan Fapet IPB dan lain sebagainya. Adanya Menmud UP4 diharapkan pembangunan peternakan menjadi lebih mendapat perhatian. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 11)

Sebelum Pelita V, susunan organisasi dan tata kerja Ditjen Peternakan ditetapkan pada tahun 1983, kemudian pada tahun 1990 ini diubah dan disempurnakan untuk dapat mengembangkan kegiatan Pembangunan Pelita V dengan SK Mentan Nomor

560/kpts/OT.210/8/1990, dimana susunan organisasi Ditjen Peternakan terdiri dari 7 unit kerja yaitu: (1) Sekretariat Ditjen; (2) Direktorat Bina Program; (3) Direktorat Bina Produksi; (4) Direktorat Bina Usaha Tani dan Pengolahan Hasil; (5) Direktorat Bina Kesehatan Hewan; (6) Direktorat Penyebaran dan Pengembangan Peternakan; dan (7) Direktorat Bina Penyuluhan. Susunan organisasi ini hampir sama dengan susunan organisasi pada tahun 1983. Perubahan terjadi pada eselon III dan eselon IV serta tata kerjanya. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 11)

Untuk mendukung kegiatan pembangunan sub sektor peternakan pada Pelita VI maka susunan organisasi Direktorat Jenderal Peternakan disesuaikan dengan kebutuhan aktual saat itu. Melalui Keppres Nomor 61 Tahun 1998, tanggal 13 April 1998 susunan unit kerja Direktorat Jenderal Peternakan menjadi sebagai berikut: (1) Sekretariat Ditjen, (2) Direktorat Bina Program, (3) Direktorat Bina Perbibitan, (4) Direktorat Bina Produksi, (5) Direktorat Bina Usaha Tani dan Pengolahan Hasil, (6) Direktorat Bina Kesehatan Hewan, dan (7) Direktorat Bina Penyebaran dan Pengembangan Peternakan. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 12)

Pada tahun 2000, terjadi perubahan nomenklatur struktur organisasi di Departemen Pertanian, antara lain Direktorat Jenderal Peternakan berubah menjadi Direktorat Jenderal Produksi Peternakan, kemudian tahun 2001 berubah lagi menjadi Direktorat Jenderal Bina Produksi Peternakan sehingga tugas dan fungsi Direktorat Jenderal menjadi fokus terhadap pengembangan produksi saja, itu pun lebih berat pada tugas pembinaannya. Sedangkan tugas dan fungsi yang berkaitan dengan pengolahan dan pemasaran hasil peternakan yang selama ini ditangani oleh Direktorat Jenderal Peternakan pindah ke Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian. Maka bila diartikan secara harafiah, tugas dan fungsi institusi tersebut

semakin sempit, yaitu hanya tugas dan fungsi pembinaan yang berkaitan dengan produksi. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 13)

Pada tahun 2005, Direktorat Jenderal Bina Produksi Peternakan berganti nama lagi menjadi Direktorat Jenderal Peternakan dan yang terakhir tahun 2010 namanya berganti lagi menjadi Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan yang sampai sekarang namanya tidak mengalami perubahan. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 14)

Pada tahun 2010 susunan unit kerja Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan sesuai Permentan Nomor 61/Permentan/OT.140/10/2010 adalah sebagai berikut: (1) Sekretariat Ditjen, (2) Direktorat Perbibitan Ternak, (3) Direktorat Pakan Ternak, (4) Direktorat Budidaya Ternak, (5) Direktorat Kesehatan Hewan, dan (6) Direktorat Kesehatan Masyarakat Veteriner dan Pasca Panen. Kemudian mengalami perubahan lagi pada tahun 2015 dimana susunan unit kerjanya sesuai Permentan Nomor 43/Permentan/OT.010/8/2015 menjadi sebagai berikut: (1) Sekretariat Ditjen, (2) Direktorat Perbibitan dan Produksi Ternak, (3) Direktorat Pakan, (4) Direktorat Kesehatan Hewan, (5) Direktorat Kesehatan Masyarakat Veteriner, dan (6) Direktorat Pengolahan dan Pemasaran Hasil Peternakan. (Dokumen Dinas Pertanian RI, 2020 : 14)

Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2004 telah hadir dikota Batusangkar salah satu pasar ternak untuk mempermudah transaksi masyarakat berkaitan dengan hewan ternak di kabupaten Tanah Datar, karena mayoritas penduduk tanah datar adalah peternak, untuk itu dinas perternakan Tanah Datar dalam naungan Dinas pertanian Tanah Datar menyediakan sarana prasarana untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi jual-beli hewan ternak. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 2)

Secara global yang menjadi target bagi Pasar ternak batusangkar ini didirikan adalah untuk mengendalikan proses pemasaran ternak agar hanya ternak yang legal dan sehat yang beredar ditengah masyarakat. Melalui Pasar ternak Batusangkar ini, pemerintah dapat memantau proses jual-beli dan pemanfaatan ternak, dalam upaya memberikan manfaat yang lebih baik bagi semua pihak. Sistem pemasaran harus lebih transparan baik dalam menentukan harga maupun berat bobot ternak. Oleh karena itu, pasar ternak harus memiliki sarana dan prasarana yang lebih baik serta pengelolaan yang lebih terarah. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 3)

Pasar ternak Batusangkar memiliki luas sebesar 1,5 Ha berada dijalan Batusangkar- Padang Panjang KM 7 Nagari Cubadak Kecamatan Lima Kaum. Pasar ternak ini berada dibawah pengawasan Dinas pertanian pada bidang peternakan dan kesehatan hewan. Pasar ternak Batusangkar ini merupakan pasar yang menjual jenis hewan ternak yang lazim di konsumsi atau diternak kembali yaitu seperti sapi, kerbau, dan kambing. Adapun asal ternak yang dijual yaitu berasal dari luar dan dalam Kabupaten Tanah Datar dan Provinsi Sumatera Utara. Adapun kapasitas hewan ternak yang dapat ditampung dalam hari pasar yaitu sebanyak 355 ekor sapi/kerbau dan 126 kambing. Hari pasar pada pasar ini jatuh pada hari kamis dengan menggunakan transaksi langsung dan jumlah transaksi dalam satu hari pasar ternak batusangkar dapat menjual 144 ekor sapi/kerbau dan 72 ekor kambing. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 4)

Oleh sebab itu, untuk memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana untuk melakukan transaksi jual-beli para peternak hewan serta masyarakat lainnya tentu jelas membutuhkan Dinas peternakan Tanah Datar menyediakan sarana dan prasarana dipasar ternak untuk mempermudah transaksi jual beli yang dilakukan. (Dokumen Pasar Ternak Batusangkar, 2021: 4)

2. Visi, Misi dan Tujuan Pasar Ternak Batusangkar

a. Visi

Adapun visi dari Pasar Ternak Batusangkar adalah sebagai berikut:

- 1) Memfasilitasi penyediaan pangan asal ternak yang cukup baik secara kuantitas maupun kualitasnya.
- 2) Memberdayakan sumberdaya manusia peternakan agar dapat menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi.
- 3) Menciptakan peluang ekonomi untuk meningkatkan pendapatan peternakan.
- 4) Membantu menciptakan lapangan kerja di bidang agribisnis peternakan.
- 5) Melestarikan serta memanfaatkan sumber-daya alam pendukung peternakan. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 8)

b. Misi

Adapun misi dari Pasar Ternak Batusangkar adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kuantitas dan kualitas bibit ternak.
- 2) Mengembangkan usaha budidaya untuk meningkatkan populasi, produktivitas dan produksi ternak.
- 3) Meningkatkan dan mempertahankan status kesehatan hewan. meningkatkan jaminan keamanan pangan hewani yang ASUH (aman, sehat, utuh dan halal).
- 4) Meningkatkan pelayanan prima pada masyarakat peternakan. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 9)

c. Tujuan Pasar Ternak Batusangkar

Adapun tujuan dari Pasar Ternak Batusangkar ini adalah untuk mengendalikan proses pemasaran ternak agar hanya ternak yang legal dan sehat yang beredar di tengah masyarakat. Melalui pasar ternak, pemerintah dapat memantau proses jual-beli dan

pemanfaatan ternak, dalam upaya memberikan manfaat yang lebih baik bagi semua pihak, sistem pemasaran ternak harus lebih transparan baik dalam menentukan harga maupun berat bobot ternak. Oleh karenanya pasar ternak harus memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang lebih baik serta pengelolaan yang lebih terarah. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 9)

3. Komponen, Sistem dan Proses Pasar Sistem

Pasar ternak Batusangkar melibatkan sejumlah pihak. Simak gambar berikut mengenai sistem pemasaran ternak. Unsur yang bergerak dinamis dan berkiprah dipasar adalah sebagai berikut:

- a. Peternak
- b. Kelompok Peternak
- c. Toke
- d. Pedagang
- e. Petugas pasar
- f. Aliran proses sesuai dengan arah panah. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 2)

Pasar ternak merupakan pusat dari sistem yang terdiri dari tiga ranah yaitu sebagai berikut:

- a. Input (peternak dan kelompok, toke dan pedagang)
- b. Proses (negosiasi dan transaksi jual beli ternak)
- c. Output dari pasar berupa aliran ternak menuju tempat pemotongan dan siklus kembalinya hewan pada peternak untuk dipelihara lagi.

Gambar 4. 1
siklus Penjualan Sapi



(Sumber : Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 10)

Kelima pihak yang menjalankan fungsi dalam pasar ternak, mempunyai tiga pelaku. Pertama, pemerintah daerah yang diperankan oleh petugas pasar. Fungsi petugas ialah untuk melayani, melindungi dan mengamankan. Kedua, pedagang dan toke yang berfungsi mencari untung pada setiap proses transaksi. Ketiga, watak dari peternak dan kelompok yang tujuan utamanya tidak saja berusaha. Sebab peternak menjadikan ternak sebagai tabungan guna mengatasi kemelut kehidupan. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 10)

Dari tiga pelaku pasar, maka proses pemasaran ternak berjalan dengan tahapan sebagai berikut :

- Peternak berinteraksi dengan toke atau pedagang untuk melakukan transaksi. Tempat pertemuan tidak saja dipasar ternak resmi, melainkan juga bisa sebelum memasuki pasar, atau lokasi pemeliharaan. Maka, bisa saja pedagang, jika bukan peternak yang membawa ternak ke pasar.
- Toke dan atau pedagang mencermati dan menaksir berat dan atau kandungan daging ternak. Taksiran ini termasuk menatap tingkat kemendesakan peternak untuk menjual.

- c. Toke dan pedagang menawarkan harga kepada peternak. Maka, terjadi negosiasi harga. Negosiasi ini bisa pula melalui makelar. Umumnya, saat merundingkan harga ternak, mereka memakai cara tertutup atau sering disebut marosok dibawah kain (sarung). Jejari tangan toke dan pedagang saling memegang. Kedua pihak mengerti proses negosiasi harga yang terjadi. Sehingga timbangan ternak yang ada, tidaklah berguna.
- d. Terjadi kesepakatan harga antara penjual dan pembeli. Pembayaran hanya dapat dilakukan di pasar. Di sebagian pasar pengurusan retribusi dilakukan ketika telah terjadi kesepakatan dan transaksi jual beli.
- e. Kemudian, ternak dibawa keluar pasar dengan tujuan untuk dijual kembali atau dipelihara oleh peternak. Umumnya, ternak betina buat diperanakan dan yang jantan untuk penggemukan dan ternak yang akan dipotong di RPH atau TPH. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 11)

4. Kapasitas Pasar dan Transaksi Mingguan

Hari pasar di Pasar ternak Batusangkar ini terdapat pada hari kamis. Daya tampung pasar ternak Batu sangkar melebihi angka 300 ekor. Sedang, transaksi sekali pasar sekitar 200 ekor. Sehingga jumlah uang yang beredar saat jual beli ternak melebihi angka Rp 3 milyar per pekan. Angka ini dihitung saat pasar sudah beroperasi. Pasar ternak Batusangkar ini dikategorikan sebagai pasar besar. Sebab, omzetnya melebihi 1 milyar setiap kali pasar, dan mempunyai daya tampung lebih dari 300 ekor ternak. Wilayah fungsional pelaku pasar melewati batas administrasi propinsi. Artinya, penjual dan pembeli datang, tidak hanya dari sekitar lokasi, malah banyak juga dari luar propinsi. (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 11)

5. Sarana dan prasarana Pasar Ternak Batusangkar

Sarana dan prasarana pasar meliputi fasilitas dan infrastruktur untuk menunjang pasar ternak beroperasi. Mestinya, bentuk fasilitas

itu tidak saja fisik, melainkan juga non-fisik, seperti lembaga, struktur dan sistem informasi serta akses terhadap pasar. Disamping tiga kategori kapasitas pasar (besar, sedang, kecil) kesediaan sarana dan prasarana di pasar hanya sebatas untuk pasar ternak bekerja secara teknis (Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 12). Adapun sarana dan prasarana yang disediakan di Pasar Ternak Batusangkar adalah dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Sarana dan Prasarana Pasar ternak Batusangkar

No	Uraian Jenis Sarana dan Prasarana	Jumlah	Tahun Pengadaan	Asal Anggaran (APBN/APBD I, II/ Lainnya)
1.	Timbangan	1 Buah	2010	APBN
2.	Papan Informasi	1 Buah	2010	APBN
3.	Tempat Untuk Menaikan Dan Menurunkan Ternak	2 Buah	2004 dan 2008	APBD
4.	Kandang Jepit	1 Buah	2011	P2HP
No	Uraian Jenis Sarana dan Prasarana	Jumlah	Tahun Pengadaan	Asal Anggaran (APBN/APBD I, II/ Lainnya)
5.	Tempat Khusus Untuk Sapi Potong	Ada	2008,2013,2015,2016	APBD,P2HP
6.	Tempat Khusus Sapi/ Kerbau	2 Buah	2011 dan 2012	P2HP
7.	Tempat	2 Buah	2012 dan 2015	P2HP dan

	Khusus Kambing			APBD
8.	Pakan Ternak Dan HMT	Ada	-	Didatangkan
9.	Sumber Air	Ada	2003	APBD
10.	Listrik	Ada	2003	APBD
11.	Drainase	Ada	2003	APBD
12.	Pembuangan Limbah	Ada	2003	APBD
13.	Kebersihan	Ada	2003 s/d 2016	APBD
14.	Keamanan	Ada	-	APBD
15.	Kantor	1 Buah	2003	APBD
16.	Pos Restribusi	1 Buah	2003	APBD
17.	Pos Jaga	1 Buah	2003	APBD
18.	Kamar Mandi Dan Wc	4 Buah	2003	APBD
19.	Pagar Keliling	Ada	2011 dan 2012	P2HP
20.	Tempat Pakir Kendaraan	Ada	2003	APBD
21.	Tempat Ibadah	1 Buah	2003	APBD
No	Uraian Jenis Sarana dan Prasarana	Jumlah	Tahun Pengadaan	Asal Anggaran (APBN/APBD I, II/ Lainnya)
22.	Tempat Makan	17 Buah	2013, 2014, 2015, 2016 dan 2017	APBD
23.	Fasilitas Bank Keliling	Ada	2 Unit	BRI dan Nagari

(Sumber : Dokumen Dinas Peternakan Tanah Datar, 2020 : 12).

B. Pembahasan

Potret Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Pelaksanaan Jual Beli di Pasar Ternak Batusangkar

1. Penerapan Prinsip Kejujuran dalam Perdagangan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar

Adapun beberapa penerapan prinsip kejujuran dalam perdagangan sapi di Pasar Ternak Batusangkar adalah sebagai berikut:

- a. Tidak melakukan penipuan atau tidak menyembunyikan kecacatan

Suatu bisnis dapat sukses, maju dan bertahan lama tergantung dari ketekunan dan kesungguhan seorang pebisnis. Oleh karena itu dalam melaksanakan sebuah bisnis para pelaku bisnis harus memiliki etika bisnis untuk memperoleh kebaikan dan keberkahan dalam bisnis. Islam sebagai agama yang sempurna memberikan aturan tentang bagaimana menjalankan bisnis yang baik dan dapat mengundang keberkahan dari Allah SWT. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh ibuk yen selaku kepala bidang peternakan dan kesehatan hewan sebagai berikut:

“Etika bisnis dalam jual beli memang sangat krusial untuk mendapatkan kepercayaan dari para pembeli dan pelanggannya akan banyak, dan supaya mendapat keberkahan sehingga usahanya dapat bertahan lama”.

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwasanya etika bisnis dalam pelaksanaan jual beli memang sangat dianjurkan tidak hanya memberi keuntungan bagi pelaku bisnis melainkan juga memperoleh keberkahan dari Allah SWT. Konsep berkah dan kejujuran sangat berkaitan dalam melakukan transaksi jual beli. Jika pelaku bisnis jujur dalam menjelaskan barang dagangnya, tidak menyembunyikan kecacatan barang dagangnya tentu mereka akan mendapatkan keberkahan baik dunia maupun akhirat.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh bapak john selaku pembeli sapi di pasar ternak batusangkar, seperti berikut ini:

“Kejujuran merupakan kunci sukses dalam berbisnis, meski terkadang berbohong itu mungkin mendatangkan keuntungan yang besar namun bisnis yang diawali dengan kebohongan tidak akan bertahan lama juga tidak dapat menikmati keuntungan sebagai seorang pebisnis jika benar menerapkan kejujuran”.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa para pelaku bisnis yang menerapkan suatu bisnis dijamin bisnis yang dilakukan senantiasa akan bertahan lama, dan untung yang didapat besar atau kecil akan sangat berkah. Adapun bisnis yang dilandasi kejujuran akan membawa kesuksesan bagi para pelakunya.

Dalam dunia bisnis etika dalam bertransaksi jual sangat penting. Ketidak jujuran dalam berbisnis akan menghancurkan etika itu sendiri. Ketidak jujuran juga akan memberikan rasa tidak percaya pembeli ke pedagang yang melakukan tindak kebohongan. Bahkan kebohongan yang dilakukan satu pedagang juga dapat berimbas ke pedagang sekitarnya karena ada rasa tidak percaya pembeli untuk berjual beli di tempat tersebut.

Hal ini sebagaimana yang pernah dialami bapak Datuak Baso mengungkapkan sebagai berikut:

“ Waktu itu saya membeli seekor sapi ke pedagang, saat melakukan tawar menawar pedagang menjelaskan bahwa sapi yang akan di jual kepada saya dalam kondisi sehat, saya lihat sekilas sapi itu bagus dan gemuk, saya putuskan untuk membelinya. Namun jelang sehari setelah saya membeli sapi yang masih berada dikadangnya itu mati. Dan ketika saya tanyakan kepada teman yang lebih paham tentang sapi ternyata sapi tersebut sudah memiliki penyakit ketika dibeli”.

Hal yang sama juga di alami oleh ibuk Ipah berikut penjelasanya:

“Saudara saya membeli sapi disini untuk di kurban ketika hari raya Idul Adha, ketika membeli sapi tersebut saudara saya ini sangat tertarik pada satu sapi yang badannya gemuk, disana pedagang tidak menjelaskan sapi dengan detail, ia hanya menjelaskan sapi betina tersebut cukup dewasa dan sehat cocok untuk dijadikan sapi kurban. Saudara saya pun memutuskan untuk membeli sapi tersebut namun setelah di sembelih ternyata sapi

dalam keadaan mengandung. Saya dan saudara saya pun merasa dibohongi karena pedangang tidak menjelaskan hal tersebut".

Bapak Datuak Baso dan ibuk Ipah mengaku sangat kecewa, mereka merasa di tipu namun tidak ada yang dapat mereka perbuat karena sewaktu mereka membeli sapi tersebut tidak ada kesepakatan adanya *khiyar* bagi mereka, sehingga mereka tidak bisa komplain pada pedagang tersebut.

Hal yang bertolak belakang dengan apa yang pernah dialami oleh beberapa pembeli di atas berdasarkan wawancara dengan bapak Jhon, ibuk Emil, dan bapak Samsu Bahar mereka mengatakan

"Alhamdulillah selama saya membeli sapi disana tidak pernah merasa kecewa, sapi yang beli bagus-bagus semua.

Menurut mereka hal tersebut di karenakan mereka melihat memilih sapi yang akan dibelinya, dan terkadang mereka meminta bantuan pada teman mereka yang sudah mengerti mengenai sapi yang bagus dan tidak bagus sehingga mereka dapat terhindar dari rasa kecewa. Hal ini sebagaimana diungkapkan bapak Jhon sebagai berikut:

"Kalau membeli sapi kan bisa memilih, gak langsung di beli kalau cocok baru di beli."

Hal tersebut sesuai dengan pengamatan yang dilakukan langsung oleh penulis, dalam transaksi jual beli sapi yang terjadi di Pasar Ternak Batusangkar adanya unsur penipuan dan kecurangan sangatlah minimal jika pembeli memang benar-benar memahami dan dapat menilai sapi yang bagus atau cacat. Hal ini di sebabkan para pembeli melihat langsung sapi yang akan dibelinya, mereka diberi kebebasan untuk memilih sapi yang cocok untuk mereka.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa masih ada pedagang yang tidak jujur mengenai sapi yang mereka jual,

ternyata mereka lebih mengutamakan mendapat keuntungan materi daripada mendapat keberkahan dari Allah SWT. Namun hal tersebut hanya dialami oleh beberapa pembeli saja, hal itu pun sudah terjadi lama.

b. Adanya *khiyar* dalam jual beli

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Datuak Baso dan ibuk Ipah dapat disadari betapa sangat pentingnya *khiyar* dalam melakukan transaksi jual-beli, karena berdasarkan prinsip nilai kejujuran yang harus dianut oleh setiap pedagang, maka wajib baginya menjelaskan kekurangan atau kecacatan dari barang yang dijualnya, agar pembeli tidak kecewa setelah membeli serta mereka tidak kehilangan rasa kepercayaan dari para pembeli.

Transaksi jual beli sapi yang terjadi di pasar ternak Batusangkar dalam akadnya tidak terdapat adanya hak *khiyar* yang diberikan pedagang kepada para pembelinya. Hal ini dikarenakan dalam jual belinya penjual dan pembeli berada dalam satu majelis dan barangnya dapat disaksikan bahkan pembeli dapat memilih sapi yang ingin mereka beli. Sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Aji salah satu pedagang berikut ini:

“ Sapi yang bermasalah setelah terjadi akad maka tidak pernah ada perjanjian untuk mengembalikan sapi kalau misalnya pembeli merasa tidak cocok, karena sebelum membeli pembeli diberi kebebasan untuk memilih, jika memang tidak cocok kan tidak paksa untuk membeli ”

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli sapi yang terjadi di pasar ternak Batusangkar ini tidak menerapkan adanya hak bagi pembeli mengembalikan sapi yang telah di belinya setelah transaksi di lakukan di karenakan pembeli di beri kebebasan untuk memilih sapi yang cocok sebelum terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli.

2. Penerapan Akad dalam Transaksi Penjualan Sapi di Pasar Ternak Batusangkar

a. Pihak yang bertransaksi (penjual dan pembeli)

Hal ini merupakan keadaan yang penting dalam suatu transaksi bisnis adalah adanya akad. Selain itu tujuan diadakannya akad dalam proses jual beli agar tidak ada paksaan diantara keduanya. Akad merupakan pernyataan saling ridha antara penjual dan pembeli dalam suatu transaksi perdagangan. Adanya akad juga bertujuan agar penjual dan pembeli benar-benar saling menyetujui mengenai barang yang dibelinya. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh bapak Jhon selaku pedagang sapi sebagai berikut:

“Dalam jual beli tentu harus ada akad yang dilakukan, akad ini bertujuan untuk mengetahui harga sapi, apakah si pembeli nantinya setuju dengan harga sapi, atau mungkin tidak setuju. Akad juga berguna agar si pembeli langsung membayar setelah akad terjadi”

Dalam akad terdapat rukun yang harus dipenuhi, di antaranya: adanya penjual dan pembeli, obyek jual beli, adanya ijab dan qobul. Pertama, Pembeli dan penjual harus orang yang sudah baligh dan berakal. Berdasarkan pengamatan penulis seluruh pembeli dan penjual yang ada di Pasar Ternak Batusangkar semuanya sudah baligh, rata-rata umur mereka 20 tahun ke atas. Selain itu, pedagang maupun pembelinya adalah orang yang berakal tidak ada yang gila ataupun tidak waras. Mereka semua adalah orang-orang yang sudah berpengalaman mengenai jual beli sapi.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penjual dan pembeli yang ada di Pasar Ternak Batusangkar sudah memenuhi ketentuan syarat rukun jual beli yakni baligh dan berakal.

b. Adanya Obyek jual beli

Rukun akad yang kedua adalah adanya barang yang diperjualbelikan, dalam hal ini adalah sapi. Dalam Islam dilarang melakukan transaksi jual beli yang barangnya tidak dapat di lihat, dilarang menjual barang yang najis dan sebagainya. Namun di Pasar Ternak Batusangkar sendiri khususnya hewan ternak sapi, merupakan barang yang halal untuk dikonsumsi dan tidak mengandung unsur ketidak jelasan karena sapi tersebut dapat langsung dilihat di pasar tersebut.

c. Adanya ijab qobul (ucapan serah terima)

Ijab dan qobul merupakan ucapan serah terima antara penjual dan pembeli setelah terjadi kesepakatan. Sesuai dengan yang sudah di jelaskan di atas, sebelum terjadi kesepakatan, maka ada tawar menawar diantara pedagang dan pembeli. Untuk mencapai kesepakatan harga biasanya para penjual dan pembeli menaksirkan berdasarkan besar atau kecil nya sapi. Namun ada juga berdasarkan jenis kelamin betina atau jantan dan banyak kategori lainnya . Biasanya harga betina jauh lebih mahal harga daripada jantan di karenakan betina dapat di peranakan. Pasar ternak Batusangkar ini memiliki tradisi khusus dalam mencapai kesepakatan harga atau dalam hal tawar menawar. Pedagang menggunakan kain sarung dalam melakukan penawaran, penawaran ini berlangsung tertutup yang hanya diketahui oleh penjual dan pembeli saja. Tradisi turun menurun ini telah menjadi adat istiadat dan ciri khusus dari pasar ternak ini, tradisi ini disebut marosok.

Hal ini sebagaimana yang di ungkapkan oleh bapak Aji selaku pedagang *“Untuk mencapai kesepakatan dalam jual beli terutama dalam jual beli sapi, yang menjadi penentu utamanya adalah harga, tapi ada juga pembeli yang bersedia membeli dengan harga mahal, itupun kalau dia sudah merasa cocok dengan sapinya.”*

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa yang menjadikan adanya kesepakatan dalam akad adalah harga, meskipun hal tersebut tidak sepenuhnya menentukan terjadinya kesepakatan antara penjual dan pembeli. Setelah terjadi kesepakatan antar pedagang dan pembeli kemudian terjadilah ijab qobul yang menandakan kedua belah pihak sudah merasa suka sama suka.

Berdasarkan pengamatan penulis setelah terjadi kesepakatan di antara penjual dan pembeli, mereka membayar uangnya kemudian saling bersalaman menandakan bahwa mereka sudah saling setuju. Karena penawaran ini berlangsung tertutup yang hanya di ketahui oleh penjual dan pembeli saja. Jadi yang menjadi tanda bahwa mereka sudah saling setuju adalah dengan bersalaman setelah pedagang menerima uang dari pembeli.

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam melakukan transaksi jual beli sapi, para pedagang dan pembeli di pasar ternak Batusangkar sebagian besar sudah memenuhi rukun-rukun yang ada dalam akad, yakni adanya penjual dan pembeli, obyek yang di perjualbelikan dan adanya akad serah terima (ijab dan qobul) meskipun penawaran ini berlangsung tertutup yang hanya di ketahui oleh penjual dan pembeli saja.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, maka disimpulkan bahwa hasil penelitian yang penulis lakukan dalam perdagangan sapi di pasar ternak Batusangkar untuk penerapan prinsip kejujurannya masih belum terlaksana secara menyeluruh dikarenakan masih ada beberapa pedagang yang berlaku tidak jujur dan adanya pedagang yang tidak mentaati peraturan pasar, namun jumlahnya sangat minimal. Penulis menilai hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan mengenai etika bisnis Islam bagi para pedagang dan pemikiran mereka tentang bisnis hanyalah untuk mencari keuntungan materi semata. Serta kurang telitinya pembeli dalam membeli sapi atau kurang pengetahuan dalam membeli sapi.

Penerapan akad dalam bertransaksi yang dilakukan dalam proses jual beli sapi di pasar ternak Batusangkar sudah cukup sesuai dengan ajaran Islam, yakni sudah memenuhi rukun-rukun dalam akad, seperti: adanya penjual dan pembeli, adanya obyek yang diperjual belikan dan adanya Ijab qobul. Namun karena transaksi yang dilakukan dengan menggunakan tradisi marosok atau dalam kata lain ijab kabul yang dilakukan secara tertutup, hanya diketahui oleh penjual dan pembeli saja.

B. Saran

Berdasarkan hasil pengamatan penulis terhadap Potret Penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Ternak Batusangkar, penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hendaknya pihak dinas peternakan mengawasi transaksi jual beli yang sedang berlangsung di pasar ternak, bukan hanya menyediakan tempat tapi juga melakukan penyuluhan sekali-kali berkaitan tentang pentingnya etika bisnis Islam dalam berdagang.
2. Dinas peternakan sebaiknya memasang spanduk yang berkaitan tentang etika bisnis Islam.

3. Seharusnya para pedagang memiliki ilmu tentang etika dalam menjual beli agar memperoleh berkah dunia dan akhirat.
4. Hendaknya para pembeli sapi lebih memperhatikan sapi yang akan dibeli agar tidak terjadi kekecewaan, dan menyebabkan kesalah pahaman antara penjual dan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbidin, Z. (2016). *Bisnis dan Binsis Berbasis Syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- Amalia, F. (2014). Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi pada Pelaku Usaha Keci. *Journal of Islamic Ekonomi* , Vol. 6, 133-142.
- Anggraini, I. (2018). Pengaruh Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Pasar Rukoh Banda Aceh.
- Aravik . H, d. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Awengki. (2017). *Bentuk-Bentuk Iplementasi Nilai-Nilai Kato Nan Ampek Dalam Pasukuan Chaniago di Jorong Tangkit Nagari Ampang kurangi Kabupaten Dhamasraya*. Padang: Program Sarjana Pendidikan Universitas STKIP.
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Prespektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Basa, I. P. (2020). *Hiduik Baradaik*. Padang Panjang: Cinta Buku Agency.
- Danial, R. P. (2016). Pergeseran Nilai-nilai budaya pada suku bonai sebagai civic culture di kecamatan bonai darussalam kabupaten rokan hulu provinsi riau. *HUMANIKA* , 23 (1), 61-62.
- Daniel, d. (2012). *Mikro Ekonomi Edisi VIII*. Jakarta: Erlangga.
- Departemen Agama RI. (2017). *Al-Quran dan Terjemahan*. Bandung: Diponegoro.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Devianty, R. (2017). Bahasa Sebagai Cermin Kebudayaan. *Jurnal Tarbiyah* , 24 (2).
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Plus.
- Ediwarman. (2016). kesatuan berbahasa dalam tindak tutur yang berorientasi pada kearifan lokal antarabanten dan minangkabau sebagai pendidikan karakter. *jurnal membaca bahasa dan sastra indonesia* , 1, 8-9.
- Efianto. (2019). Kesatuan Berbahasa Bungo pasang menggunakan kato nan ampek di ranah minangkabau. *penelitian tentang ilmu bahasa sastra* , 3 (1), 59.

- Ermaleli. (2011). *Budaya Alam Minangkabau*. Padang: Surya Padang.
- Farid, M. d. (2015). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan Sapi di Pasar Hewan Pasirian. *Iqtishoduna* , 6, 13 - 30.
- Harahap. (2011). *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hartono, J. (2018). *Metode Pengumpulan Dan Teknik Analisis Data*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Hatmawan, S. R. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Bidang Manajemen Teknik Pendidikan Dan Eksprimen*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.
- J.S, B. d. (1994). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- K, B. (2000). *Pengantar Etika Bisnis* . Jakarta: Kanisius.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Rajawali Press.
- Kusumawati, T. I. (2016). Komunikasi Verbal dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan dan Konseling* , 6, 1-2.
- Liliwari, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Muljadi. (2019). *Etika dan Komunikasi Bisnis Islam*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Mulyadi, D. (2015). *Perilaku Organisasi dan Kepemimpinan Pelayanan*. Bandung: Alfabeta.
- Natta, A. (2011). *Study Islam Komprehensif*. Jakarta: Kencana.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerjasama dengan Bank Indonesia. (2014). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Riofita, H. (2015). *Strategi Pemasaran* . Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatera.
- Rokhmasyah, A. (2014). *Studi dan Pengkajian Sastra Perkenlan Awal Terhadap Ilmu Satra*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Setiawan, E. P. (2019). *Strategi Ampuh Memahami Puisi*. Cirebon: Eduvision.

- Seto, I. (2013). *Semiotika Komunikasi Edisi ke 11*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, E. (2017). *Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Usaha Mebel di CV. Jati Karya Palembang*. Palembang: UIN Raden Fatah.
- Swatha, B. D. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- Tarigan, A. A. (2016). *Dasar Dasar Etika Bisnis Islam*. Medan: Febi Pers.
- Tazid, A. (2017). *Tokoh Konsep dan Kata Kunci Teori Post Modren*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Wahid, S. (2014). Komunikasi Pada Lembaga Pendidikan Non Formal. *Jurnal Ilmu Pendidikan Jilid 20* (1).
- Wahjudibowo, I. s. (2018). *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra wacana media.
- Wahyudi, m. d. (2016). *sastra minangkabau dan penciptaan sebuah karya*. Padang Panjang: katalog dalam terbitan (KDT).
- Yunia, I. F. (2018). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Zuahaili, W. A. (2011). *Fiqih Islam wa Adillatuhu. Jilid V*. Jakarta: Gema Insani.