

IMPLEMENTASI AKHLAK *PROPHET MUHAMMAD SAW AS A TRADER* DALAM KEHIDUPAN PEDAGANG KAKI LIMA DI KOTA KEDIRI

Ning Purnama Sariati*

ABSTRACT

The true life story of Prophet Mohamad as a trader is wonderful on this earth. No ones couldn't follow him well. Habitual action of prophet Mohammad is very meaningful on whole life. Not only on the religion but also business. He got success by honesty, trusting, believing on Allah and makes good society empowerment. So, his life bring happiness and peace (rahmatan lil alaamiiiiin). In other hands, human being are not conduct their life like Prophet Mohamad. For example, business aspect. We have been know market distortion was happened in society. Kinds of market distorsion are taghrir, tadtis, lying, diminution of scales, and else.

This research aims to: describe the habitual action of the moslem hawkers based on character of Prophet Mohamad SAW as a trader. This research is categorized into descriptive research type with qualitative method. The respondent are moslem hawkers as member of "Paguyuban PKL Bina Mandiri" Kota Kediri. Data collection was conducted through in-depth interview and observation. The obtained data was analyzed by qualitative's analysis procedurs.

The result shows that: habitual action of the moslem hawkers has been follow the character of Prophet Mohammad SAW as a trader. In the implementation of moslems hawkers's community "Bina Mandiri" Kota Kediri are moral self quality, moral business quality, moral social quality and positive progress empowerment. They are aware on business is praying to Allah, not only profit oriented.

Keyword: *Hawkers's Character, Islam Values.*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang memberikan rahmat bagi seluruh alam. Segala sesuatu urusan manusia diatur secara rinci dalam al-Qur'an dan hadits. Kedua hal tersebut menjadi dasar bagi umat Islam dalam melakukan semua urusan *hablumminallah* dan *hablumminannaas*. Nilai-nilai *rahmatan lil alaamiin* diterjemahkan dalam akhlak Nabi Muhammad SAW. Sebagaimana tujuan dari pengutusan Nabi Muhammad SAW di dunia adalah untuk menyempurnakan akhlak.

Kehidupan manusia secara kodrat adalah hanya untuk beribadah kepada Allah. Hal ini sebagaimana dalam firman Allah SWT yang artinya: "*dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku*". Hal tersebut menyiratkan bahwa segala sesuatu harus bernilai ibadah kepada Allah. Tidak terkecuali kehidupan *muamalah* manusia. Salah satu kegiatan *muamalah* yaitu

berdagang. Kegiatan dagang sudah dimulai sejak dahulu. Sebagai umat Islam, orientasi perilaku dagang seyogyanya didasarkan pada perilaku dagang Nabi Muhammad. Peran Nabi Muhammad kompleks diantaranya sebagai nabi, sebagai kepala keluarga, sebagai kepala pemerintahan, sebagai pedagang maupun panglima perang.

Kegiatan dagang merupakan cara untuk memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari. Variasi transaksi dagang menuntut individu untuk saling jujur dan menghindari kecurangan. Pada akhirnya poin saling ridha diantara kedua belah pihak akan terwujud. Akan tetapi, kecurangan tetaplah terjadi dalam celah perdagangan tersebut. Disebabkan manusia adalah tempat salah dan dosa.

Kecurangan dalam perdagangan dapat dianggap sebagai distorsi pasar yang harus dihilangkan. Distorsi pasar yang terjadi diantaranya mengurangi timbangan, merugikan lingkungan sekitar, dan terjadi *tadtis* maupun

*Dosen Jurusan Syariah STAIN Kediri.

taghrir. Menurut Zakiyah (2013: 329), kondisi tersebut terjadi dalam kehidupan perdagangan. Sehingga itikad baik antara pembeli dan penjual pun rusak.

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2012 Tentang Pedoman Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima, Pasal 1 ayat 1, Pedagang Kaki Lima adalah pelaku usaha yang melakukan usaha perdagangan dengan menggunakan sarana usaha bergerak maupun tidak bergerak, menggunakan prasarana kota, fasilitas sosial, fasilitas umum, lahan dan bangunan milik pemerintah dan/ atau swasta yang bersifat sementara/ tidak menetap. Sedangkan terkait kegiatan pedagang kaki lima bersentuhan dengan aspek lingkungan juga. Sehingga perilaku pedagang kaki lima dituntut dalam dua hal yaitu berdagang dan menjaga kondusifitas lingkungan. Hal ini merupakan gambaran keselarasan kegiatan ekonomi yang berkontribusi positif pada lingkungan sekitar.

Kontribusi pedagang kaki lima dalam perekonomian diantaranya tertuang dalam penjelasan UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, sebagaimana disebutkan bahwa Usaha Kecil (termasuk pedagang kaki lima) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat, dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas ekonomi pada khususnya.

Merujuk hal di atas, maka pedagang dituntut untuk memiliki pengetahuan, sikap dan keterampilan yang baik. Titik kehidupan mereka adalah pada posisi bertahan (*survive*) dalam gempuran dagang yang terjadi. Inovasi dalam berekonomi dan kepatuhan dalam beragama (Islam) harus dijalankan secara bersamaan.

Kegiatan perdagangan di Kota Kediri menjadi perhatian khusus bagi Pemerintah Kota Kediri. Hal ini disebabkan oleh potensi

Kota Kediri yang bagus. Kota Kediri berada di jalur penghubung kota yaitu Surabaya dengan daerah Tulungagung, Nganjuk dan Malang. Usaha Pemerintah Kota Kediri dalam usaha pengembangan perdagangan tahun 2014, sebagai berikut: 1) Pengawasan dan pelaksanaan tera ulang, 2) penyediaan informasi harga dasar kebutuhan pokok, 3) Pendataan, pembinaan, penataan dan pemberdayaan PK5 dan asongan.

Keberadaan Pedagang Kaki Lima bersifat perkumpulan atau membentuk paguyuban. Paguyuban yang ada salah satunya adalah Paguyuban “Bina Mandiri” yang memiliki Akta Notaris No. 16 Tanggal 7 Februari 2012. Paguyuban “Bina Mandiri” merupakan salah satu paguyuban yang mewakili Kota Kediri dalam keberhasilan pembinaan PKL tingkat nasional.

Perilaku pedagang kaki lima dalam paguyuban “Bina Mandiri” Kota Kediri berupaya untuk meningkatkan kontribusi positif pada keberlangsungan ekonomi. Sehingga untuk menghasilkan *output* yang baik membutuhkan *input* yang baik. Bahan *input* yaitu dimulai dari perilaku para pedagang baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam transaksi dagang. *Input* tersebut diantaranya berupa etika usaha, kualitas individu, dan hubungan social yang dijalankan para pedagang. Sedangkan *output* berupa kontribusi positif yang berupa kondusifitas lingkungan kerja dan keselarasan tindakan berdagang (ekonomi) yang sesuai akhlak Nabi Muhammad SAW.

Berdasar pemaparan di atas, sejauh mana penerapan nilai-nilai agama yang dijalankan oleh anggota Paguyuban “Bina Mandiri” mampu memberikan kontribusi positif dalam kehidupan ekonomi dan pemberdayaan kehidupan. Oleh karena itu, penulisan ini dimaksudkan untuk mencari jawab tentang implementasi nilai agama –akhlak *prophet Muhammad SAW as a trader-* dalam perilaku pedagang yang tergabung dalam Paguyuban “Bina Mandiri” Kota Kediri.

2. Karakter Pedagang Kaki Lima

Pengertian *Perilaku* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2009: 263) adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud di gerakan (sikap); tidak saja badan atau ucapan. Perilaku manusia dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal. Sedangkan makna pedagang kaki lima, sebagaimana penuturan Retno Widjanti (2009: 163), *Pedagang kaki lima* adalah orang-orang yang menawarkan barang dan jasa untuk dijual di tempat umum, terutama di pinggir jalan dan trotoar. Sebagai pedagang dalam berinteraksi dengan konsumen harus dilakukan secara baik. Hal yang dapat dilakukan diantaranya: berpakaian rapi, bersikap ramah, menyapa dengan lembut, tenang, hormat, dan bersikap terbuka ketika melayani konsumen.

Karakter pedagang kaki lima dalam kegiatan berdagang dapat dilihat dalam hal lokasi dagang, waktu berdagang, jenis dagangan dan sarana fisik pedagang. Hal tersebut akan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen dan memberikan penanaman ingatan pada konsumen. Akan menjadi daya jual tersendiri bagi pedagang untuk memperebutkan perhatian konsumen.

3. Kualitas Diri Pedagang

Kualitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005: 603) adalah (1) tingkat baik buruknya sesuatu, kadar; (2) derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan dan sebagainya); mutu. Kualitas diri pedagang berkaitan dengan mutu atau tingkat pendidikan yang dimiliki pedagang, berkaitan dengan usia, dan pemahaman nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Kualitas diri seseorang akan menentukan perilaku yang dilakukan oleh manusia.

Berdasarkan penuturan Djoko Susanto (2006: 66) bahwa kualitas diri dalam manusia dapat dipengaruhi oleh kemampuan membaca, menulis, tingkat pendidikan dan umur.

Di sisi lain, Suyadi (2002: 272) menuturkan bahwa berdasarkan teori dari Frankl dan Erich Fomm mengenai diri manusia, terdapat empat

dimensi. Dimensi satu yaitu menyangkut ragawi, kejiwaan dan spiritual yang melebur menjadi satu (utuh). Kekuatan ruhani menjadi lebih kuat daripada raga. Dimensi dua yaitu manusia dipandang dari eksistensinya yang ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari. Sikap manusia mengandung nilai spiritualitas, kebebasan dan tanggung jawab. Dimensi tiga yaitu manusia mampu mengenali kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Sehingga manusia akan mampu merencanakan tindakan dirinya dan menentukan sesuatu yang prioritas dan pemilihan baik buruk. Dimensi empat yaitu manusia berhubungan dengan lingkungannya. Tindakan ini ditunjukkan melalui adaptasi dan interaksi manusia dengan sekitarnya dan memahami kondisi masyarakat yang sedang terjadi.

4. Hubungan sosial pedagang

Manusia adalah makhluk sosial sehingga membutuhkan orang lain dalam kehidupannya. Keterbukaan manusia terungkap dalam berbagai interaksi dengan sesama manusia (*socialization*) dan memanfaatkan/menggunakan benda-benda fisik dan lingkungan. Interaksi manusia terhadap sesama manusia lainnya dan lingkungan dapat diwujudkan dalam bentuk kerja, pelayanan, cinta kasih, menghayati keindahan dan memahami kondisi sedih maupun berita kematian. Begitu juga hubungan manusia dalam berbisnis. Siddiq Muhammad (2005: 60) memaparkan bahwa dalam lingkungan tempat dagang, seorang pedagang harus memperhatikan hal-hal berikut: (1) tepat dalam memilih rekan kerja; (2) tepat dalam memilih pekerjaan; (3) melakukan kerjasama antar pelaku bisnis.

Hubungan manusia dalam berbisnis senantiasa dijadikan amal shaleh agar Allah memberikan jaminan di kehidupan dunianya. Manusia yang cerdas tentu akan berorientasi pada kehidupan akhirat. Kepercayaan ini menjadi implementasi dari firman Allah SWT dalam Surat An Nahl ayat 97 sebagai berikut:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْتَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ
حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا
يَعْمَلُونَ ٧٩

Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan

5. Akhlak Nabi Muhammad SAW dalam Perdagangan

Akhlak dalam istilah ekonomi dikaitkan dengan etika. Etika adalah Etika secara etimologis adalah berasal dari bahasa Yunani, *ethos* –yang mempunyai arti yakni kebiasaan, adat, akhlak, perasaan sikap dan cara berpikir. Menurut Faisal Badroen (2005: 5) kata “etika” sangat dekat dengan pengertian istilah dari al-qur’an yaitu *al-khuluq*, yang artinya kebajikan. Dapat dimaknai maka akhlaq (etika) ini merupakan seperangkat prinsip moral yang membedakan sesuatu yang baik dan sesuatu yang buruk.

Dilanjutkan dengan kegiatan bisnis yang membutuhkan interaksi dengan berbagai pihak dan latar belakang. Maka tidaklah salah, penggunaan akhlak yang baik akan menciptakan atmosfer bisnis yang baik pula. bisnis adalah sebuah aktifitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Menurut Muhammad (2002: 37), bisnis merupakan aktifitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna memaksimalkan nilai guna barang.

Petunjuk dari Nabi Muhammad SAW mengenai kegiatan dagang dapat kita aplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Sebab, apa yang telah diucapkan atau dilakukan Nabi Muhammad SAW senantiasa merupakan wahyu (petunjuk) dari Allah. Sehingga Nabi Muhammad SAW tidak bergerak karena hawa nafsu. Sebagaimana kandungan surat An Najm ayat 4 sebagai berikut:

إِن هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ

Ucapannya itu tiada lain hanyalah wahyu yang diwahyukan (kepadanya)

Sebagai pedagang yang baik, jiwa pelayanannya harus senantiasa ditempa. Karena pedagang setiap saat akan menemui konsumen yang berbeda karakternya dalam melakukan transaksi jual beli. Pelayanan, sebagaimana dituturkan oleh Ratminto (2005: 2) adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.

Pelayanan yang diberikan setiap orang tentu berbeda. Tetapi yang paling penting adalah kualitas pelayanan yang diberikan pedagang kepada konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (2008: 67) menuturkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Dimensi kualitas pelayanan diantaranya keandalan, daya tanggap, kepastian atau jaminan, Empati dan bukti langsung. Menurut pemaparan G. Chandra (2005: 8) bahwa keandalan adalah kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Daya tanggap yaitu kemauan untuk membantu konsumen dengan cepat atau profesionalisme. Aspek jaminan yaitu berupa pengetahuan, kesopanan pemberi pelayanan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Aspek empati yaitu kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada konsumen. Sedangkan aspek bukti langsung yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan prasaran yang mendukung pelayanan terhadap konsumen.

Pelayanan yang baik memiliki karakter tersendiri. Berdasarkan pemaparan Kasmir (2011: 308), pelayanan yang baik harus diikuti oleh perusahaan dengan memberikan tujuh panduan. Kedelapan panduan tersebut antara lain:

Panduan pertama yaitu ketersediaan sarana dan prasarana. Kelengkapan sarana ini akan membuat konsumen nyaman dan percaya terhadap perusahaan. Panduan ke dua yaitu bertanggung jawab. Melalui sikap tanggung jawab akan menjadikan konsumen senang. Selain itu konsumen merasa dihargai ketika pemberi pelayanan bertanggung jawab atas apa yang dilakukannya. Panduan ke tiga yaitu karyawan yang baik. Artinya karyawan yang dimiliki harus memiliki sifat cepat, tanggap, pandai berbicara, menyenangkan dan pintar. Kondisi demikian dimaksudkan agar karyawan dapat mengambil hati konsumen semakin tertarik terhadap produk yang sedang dihadapi dan tidak berpaling secara mudah.

Panduan ke empat yaitu memiliki pengetahuan dan kemampuan. Artinya setiap karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tersendiri dalam melaksanakan pelayanan yang baik. Dibutuhkan didikan khusus terkait masalah pelayanan sebagai hal yang penting. Karena konsumen yang dihadapi setiap saat berbeda sifat dan permintaan pelayanannya. Panduan ke lima yaitu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. Artinya seorang pelayan harus melayani konsumen secara cepat dan tepat, tidak mengalami kekeliruan terhadap apa yang diminta konsumen.

Panduan ke enam dalam pelayanan yaitu komunikasi. Artinya pelayan harus mampu berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen dan mampu memahami keinginan konsumen secara cerdas. Panduan ke tujuh yaitu jaminan kerahasiaan. Artinya pelayan harus mampu menjaga kerahasiaan konsumen dalam konsumsinya.

Bisnis yang baik adalah bisnis yang didasarkan pada ajaran agama. Sebagai pelaku ekonomi yang muslim, maka perlu didasarkan pada pedoman Al-qur'an dan hadits. Islam tidak melarang umatnya dalam memaksimalkan diri untuk bekerja. Pedoman yang diberikan adalah pelarangan dalam mendapatkan harta secara haram. Sebagaimana yang diungkapkan dalam firman Allah SWT dalam Surat An-Nisa ayat 29-30 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٩٢

وَمَنْ يَعْصِ ذَلِكَ عُدُوْنَا وَظُلْمًا فَسَوْفَ نُصَلِّيهِ نَارًا وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا ٥٣

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu

Dan barangsiapa berbuat demikian dengan melanggar hak dan aniaya, maka Kami kelak akan memasukkannya ke dalam neraka. Yang demikian itu adalah mudah bagi Allah

Prinsip-prinsip yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW terkait perdagangan (bisnis) adalah sebagai berikut: *prinsip kejujuran, prinsip kesadaran tentang signifikansi social kegiatan bisnis, prinsip aklaqul karimah.*

Prinsip kejujuran terkait dengan keimanan seseorang. Menurut Nashruddin Baidan (2008: 101) bahwa kata “iman” memiliki akar kata yang sama dengan “amanah”. Orang-orang yang akidahnya telah tertanam kuat di dalam dirinya, maka sulit untuk tidak berbuat jujur. Hal ini disebabkan dia yakin bahwa Allah selalu melihat dia, melihat apa yang selalu dikerjakannya baik lahiriah maupun batiniah.

Prinsip kesadaran tentang signifikansi social kegiatan bisnis terkait dengan orientasi pebisnis yang positif. Orientasi pebisnis bukanlah keuntungan bisnis semata, tetapi juga berorientasi tolong menolong (*ta'awwun*). Menurut Nashrudin Baidan (2008: 66) bahwa bisnis dalam Islam adalah bisnis yang memberikan kebaikan atau kesejahteraan kepada semua pihak tidak hanya bagi si pelaku, melainkan dirasakan juga oleh siapa saja yang berhubungan dengannya, serta alam sekitar dapat merasakan kenikmatan. Sehingga, dalam dunia bisnis, pelaku bisnis akan menyadari bahwa dia berbisnis untuk memberi kemudahan bagi orang lain dengan menjual barang.

Prinsip akhlaqul karimah yaitu prinsip yang terkait dengan tingkah laku yang baik

atau budi pekerti yang sesuai dengan Islam. Beberapa tindakan yang dapat dilakukan oleh pedagang yaitu pedagang tidak melakukan sumpah palsu dalam jual beli; pedagang dapat bersikap ramah; pedagang tidak boleh berpura-pura menawar dengan tujuan menarik pembeli lain dengan harga yang lebih tinggi; dilarang melakukan tindakan menjelekkan bisnis orang lain; pedagang dilarang melakukan ikhtikar (menimbun dengan tujuan untuk menjual barang di kemudian hari dengan harga di luar harga normal pasar); pedagang yang memiliki karyawan hendaknya membayar upah tepat waktu; pedagang memiliki komoditi bisnis yang suci dan halal.

6. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan mengambil studi kasus di Paguyuban Pedagang Keliling “Bina Mandiri” Kota Kediri. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan observasi. Model wawancara yang dilakukan oleh penulis ada dua yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Untuk menyelesaikan wawancara ini, peneliti menggunakan informan secara selektif. Pemilihan informan dilakukan dengan pertimbangan kontribusi (peran) informan pada paguyuban dan keaktifan informan pada paguyuban tersebut. Pertimbangan ini digunakan untuk memberi kekuatan bahwa informan cukup representative bagi penelitian ini. Wawancara pada penelitian ini melibatkan sebelas (11) anggota Paguyuban Pedagang “Bina Mandiri” Kota Kediri.

Metode observasi digunakan untuk mendapatkan data secara langsung dengan menitikberatkan keikutsertaan peneliti untuk terjun langsung pada aktivitas pedagang yang tergabung dalam Paguyuban “Bina Mandiri” Kota Kediri. Observasi dilakukan terhadap tiga (3) orang anggota Paguyuban “Bina Mandiri” Kota Kediri.

Data yang sudah terkumpul, selanjutnya akan dianalisis secara kualitatif menggunakan prosedur analisis data kualitatif. Menurut Noeng Muhajir (1996: 104) analisis kualitatif meliputi

tiga (3) hal yaitu: Reduksi data, paparan data dan penarikan kesimpulan. Untuk mengelola data yang sudah terkumpul tersebut, peneliti juga melakukan pengecekan keabsahan data. Hal ini bertujuan untuk membuktikan bahwa apa yang sudah terkumpul sesuai dengan kenyataan yang ada dalam konten penelitian.

Rujukan sekilas terkait dengan pembahasan penelitian ini adalah penelitian Ita Lestari (2009) yang berjudul “Analisis Penerapan Etika Bisnis di PT Astra Internasional” yang menyebutkan bahwa penerapan etika bisnis dalam PT ini mampu menambah kepercayaan mitra, masyarakat dan konsumen yang kemudian memberikan keuntungan. Ensiklopedia dari Zaidah Kusumawati, Ichwan Fauzi, dkk. “Ensiklopedia”, *Nabi Muhammad SAW Sebagai Wirausahawan (terj.)*. Buku ini membahas tentang perilaku Nabi Muhammad dari sudut pandang pelaku bisnis.

B. PEMBAHASAN

1. Sekilas tentang Paguyuban Pedagang Keliling “Bina Mandiri” Kota Kediri

Pendirian paguyuban “Bina Mandiri” diawali dari musyawarah para pedagang mengenai ketidakjelasan izin berdagang di sekitar lembaga pendidikan di Kota Kediri. Para pedagang yang berada di sekitar lembaga pendidikan di Kota Kediri, seringkali ditolak keberadaannya oleh lembaga pendidikan tersebut. Pelarangan berjualan di sekitar sekolah menjadi masalah besar. Sebab, kondisi ekonomi pedagang tentu akan berpengaruh turun.

Para pedagang berinisiatif untuk mencari solusi bagaimana aspirasi mereka dapat didengar oleh pihak lembaga pendidikan dimana tempat mereka berdagang. Tentu saja, karena berhadapan dengan institusi Negara, maka pedagang juga harus menghadapinya dengan jalur resmi. Untuk menguatkan dan mempermudah jalur resmi, maka lima orang inisiator pedagang tersebut menemui anggota DPRD Kota Kediri, Bapak Yudi Ayyub Khan. Lima orang inisiator tersebut adalah Bapak Suherman, Bapak Slamet, Bapak Sukir, Bapak

Yulianto dan Bapak Didik. Melalui proses panjang, akhirnya pembentukan paguyuban pedagang keliling mempunyai wadah resmi dan memiliki badan hukum. Paguyuban ini berdiri dengan memiliki Akte Pendirian No. 24/ 24/ V/ 2007. Keabsahan tersebut memperkuat para pedagang yang menjadi anggota paguyuban untuk senantiasa berkomunikasi terkait masalah izin dagang mereka di manapun lokasinya.

Paguyuban ini pun mulai berkembang. Dimulai dari manajemen yang masih mula kemudian dikembangkan dengan manajerial yang jelas seperti kejelasan struktur organisasi. Pemilihan dan penunjukkan anggotanya dilakukan secara musyawarah dan voting. Paguyuban ini memiliki 6 bidang focus pemberdayaan anggota dan 1 bidang pembagian coordinator wilayah. Enam bidang focus yang dilaksanakan adalah bidang pemberdayaan perempuan, bidang kerjasama antar instansi pemerintah, bidang UMKM dan Koperasi, bidang umum, bidang social dan bidang keagamaan. Satu bidang coordinator wilayah, bekerja seperti model MLM (multi level marketing) dalam hal penyampaian informasi. Sehingga informasi dari pimpinan paguyuban akan dengan mudah sampai dan diketahui oleh para anggota paguyuban.

2. Kegiatan perdagangan pedagang “Bina Mandiri” Kota Kediri

Kegiatan sehari-hari para pedagang yang tergabung di Paguyuban “Bina Mandiri” bermacam-macam. Menurut Suherman (wawancara, 2015) menuturkan bahwa keanekaragaman ini terkait dengan waktu berdagang, tempat berdagang, dan jenis dagangan yang mereka kelola. Setiap pedagang yang tergabung dalam paguyuban ini, senantiasa menggunakan seragam paguyuban dalam berjualan. Sebab seragam paguyuban menjadi sebuah identitas untuk mudah saling mengenali antar pedagang.

Terkait dengan waktu berdagang, para pedagang yang tergabung di paguyuban “Bina Mandiri” terbagi dalam beberapa kategori. Kategori tersebut adalah pedagang

pagi, pedagang sore dan pedagang malam. Pedagang pagi adalah untuk para pedagang yang berjualan di pagi sampai dengan siang hari. Lokasi dagang mereka berada di sekitar TK, SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi yang ada di Kota Kediri. Pedagang sore hari adalah untuk pedagang yang berjualan di sore hari, yang dimulai sekitar pukul 14.00 hingga pukul 17.00. Lokasi pedagang berada di sekitar sekolah diniyah, pondok pesantren dan perguruan tinggi yang ada di Kota Kediri. Pedagang malam adalah pedagang yang berjualan mulai pukul 18.00 atau mendekati waktu maghrib. Lokasi pedagang berada di sekitar pusat keramaian, sepanjang jalan protokol dan jalan raya.

Selain hal di atas, para pedagang yang tergabung di Paguyuban memiliki kreativitas pada penggunaan sarana berdagang. Kreativitas para pedagang ditunjukkan melalui inovasi pembuatan gerobak, kreasi kendaraan bermotor, dan kreasi *open kitchen* (kreasi pengolahan langsung). Sarana yang digunakan juga harus memenuhi tingkat kebersihan yang dianjurkan oleh Pemerintah Kota Kediri. Artinya, sarana yang digunakan tidak mengotori lingkungan dan tidak mengurangi nilai kesehatan bagi barang dagangan yang diperjualbelikan.

Kreativitas para pedagang yang tergabung dalam Paguyuban “Bina Mandiri” tidak hanya sebatas kreativitas sarana dagang tetapi juga kreatif dalam hal variasi dagangan. Pengetahuan para pedagang terkait macam-macam dagangan diperoleh pedagang melalui penyuluhan dari Dinas Ketahanan Pangan dan Dinas Perindustrian Perdagangan Kota Kediri. Melalui variasi dagangan ini diharapkan mampu memicu trend jenis makanan dan minuman atau barang mainan yang baru dan lebih mengikuti selera masyarakat. Selain itu, variasi bentuk dagangan mampu merangsang para pedagang untuk senantiasa selektif dalam memilih bahan pangan yang dianjurkan oleh Dinas Kesehatan. Hal tersebut diperkuat oleh Sri Maryani (wawancara, 2015) yang merupakan anggota Paguyuban “Bina Mandiri” Kota Kediri.

3. Kualitas Pribadi Pedagang Kaki Lima pada Paguyuban “Bina Mandiri” Kota Kediri

Kondisi sumber daya manusia yang dimiliki oleh pedagang yang tergabung dalam Paguyuban Pedagang Keliling “Bina Mandiri” Kota Kediri bermacam-macam. Melalui sumber daya manusia yang baik akan mengarahkan manusia tersebut ke arah kebaikan atau keburukan. Menurut penuturan Muslich (2004: 118) bahwa setiap manusia memiliki perbedaan baik dari segi psikologis, fisik maupun sosiologis. Anggota paguyuban tidak semuanya memiliki pendidikan yang tinggi. Rata-rata hanya lulus sekolah dasar. Kesadaran pedagang terhadap minimnya ilmu yang mereka miliki, tidak membuat putus asa untuk terus belajar mengikuti pembinaan dari pemerintah.

Kualitas pribadi yang unggul membawa kemajuan bagi setiap pedagang. Pembinaan dan penyuluhan yang diperoleh melalui paguyuban, membentuk kepribadian pedagang yang kuat. Kontak social yang dilakukan anggota paguyuban dalam berdagang menimbulkan kepercayaan yang baik dengan masyarakat lingkungan sekitar. Pengenalan diri menjadi kunci saling menjaga kepercayaan pedagang dan masyarakat baik konsumen maupun tetangga tempat berjualan. Kontak social seiring waktu membentuk komunikasi yang kuat diantara para pedagang. Sehingga akan melatih kepekaan social para pedagang. Kualitas diri pedagang tidak hanya tercermin dalam atmosfer berdagang saja, melainkan juga pada lingkungan tempat tinggal masing-masing. Hubungan individu dengan lingkungan tempat tinggal memiliki prinsip bahwa sesama manusia harus bermanfaat. Hal ini diyakini bahwa manusia tidak ada yang mampu hidup sendiri.

Aktualisasi kualitas pribadi di dalam paguyuban ditunjukkan melalui kegiatan bidang keagamaan, bidang social, bidang umum dan UMKM, bidang pemberdayaan perempuan. Bidang keagamaan yang ditunjukkan oleh Paguyuban “Bina Mandiri” Kota Kediri yaitu

mengadakan sambutan Ramadhan sebagai bentuk kekokohan iman seorang muslim. Yang paling menarik adalah bidang pemberdayaan perempuan yaitu memiliki focus kegiatan yang lebih kompleks terkait dengan pemberdayaan wanita supaya tangguh sebagaimana Siti Khadijah. Sehingga selain menjadi pedagang, para perempuan dapat memiliki kemampuan untuk menjahit, melakukan border, kemampuan memasak (kuliner) dan merias. Kegiatan tersebut bekerja sama dengan Dinas yang terkait yang ada di Kota Kediri. Bermula dari bisnis yang terhimpun dalam paguyuban, maka menambah koneksi dengan orang lain lebih luas. Inilah harapan bisnis dalam Islam yang mampu memberik kesejahteraan lahir dan batin.

Bisnis Islam mempunyai tujuan kemaslahatan dan kontribusi kepada masyarakat. Menurut Ika Yunia Fauzia (2014: 203) bahwa berkontribusi dalam masyarakat dapat berupa meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar tempat berdagang, memanfaatkan sumber daya manusia yang mereka miliki untuk memberikan upaya pengentasan kemiskinan, mengajak pedagang lain sebagai partner kerja atau memberikan pemberdayaan ekonomi dalam bentuk lainnya.

4. Implementasi akhlak Nabi Muhammad SAW dalam kehidupan sehari-hari

Akhlak Nabi Muhammad SAW sebagai pedagang cukuplah untuk menjadi pedoman bagi umat dalam menjalankan roda bisnisnya. Beberapa akhlak Nabi Muhammad SAW dalam berdagang diantaranya terkait dengan penerapan firman Allah SWT dan hadits Nabi Muhammad SAW.

Sebagai seorang muslim, dalam mencari rezeki hendaklah mempertimbangkan waktu yang tidak melanggar jadwal beribadah. Sebagaimana yang tertuang dalam surah al-Jumu'ah ayat 10 sebagai berikut:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah

karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

Ayat di atas, memberikan motivasi kepada umat muslim untuk cerdas dalam mempertimbangkan waktu dan tempat untuk berbisnis. Waktu yang tepat untuk mulai berbisnis adalah waktu-waktu yang tidak mengganggu waktu shalat. Anjuran selanjutnya yaitu untuk cermat dalam menentukan tempat berdagang di muka bumi ini. Tentu saja kapasitas sebagai seorang pedagang adalah insting untuk mencari tempat yang strategis, yang mudah dijangkau oleh konsumen. Diharapkan bisnis yang dijalankan tidak merugi. Hal ini terkait dengan pencarian karunia Allah yang berkah. Sehingga tidak hanya berbisnis tetapi juga tetap mempertimbangkan perintah Allah dalam beribadah.

Menjadi seorang pedagang bukanlah sekedar perkara jual dan beli barang. Namun, juga terdapat tuntutan kemurahan hati. Sebagaimana hadits nabi berikut: *“Allah mengasihi orang yang bermurah hati ketika menjual, membeli dan menagih”* (HR. Bukhari dari Jabir bin Abdullah ra)”. Kemurahan hati ditunjukkan pedagang makanan dan minuman melalui pemberian bonus dan kemudahan dalam pembayaran. Kemudahan pembayaran dijadikan maklum karena konsumen tidak selalu memiliki nominal recehan. Sehingga pedagang menjadi “tepo seliro”. Selain itu, hal tersebut membuat konsumen nyaman dan terjalin kepercayaan. Sebagaimana yang dilakukan salah satu pedagang yang bernama Miftahul Huda (wawancara: 2015) berikut: *“Seperti kalau membeli makanan habisnya seharga Rp 11.500 maka kadang yang diminta untuk dibayarkan adalah Rp. 11.000. Adanya sedikit selisih ini, bagi pembeli dan penjual sudah senang”*.

Tuntunan Islam dalam berbisnis adalah mengutamakan kehalalan produk. Sebagaimana firman Allah SWT berikut dalam surat Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ٨٦١

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah

kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Tindakan pedagang dalam memperlakukan dagangan tidak hanya masalah kehalalan saja, tetapi juga masalah kebersihan. Sebagaimana hadits nabi Muhammad SAW sebagai berikut: *“Dari Maimunah istri Nabi SAW bahwa ada seekor tikus yang jatuh ke dalam samin [sejenis mentega] lalu mati. Kemudian hal itu ditanyakan kepada Nabi SAW dan beliau menjawab, ‘Buanglah tikus dan samin yang ada di sekitarnya, dan makanlah [samin yang tersisa]”* (HR. Bukhari, Ahmad dan Nasai).” Hal di atas menjadi himbuan bagi anggota paguyuban untuk senantiasa memperhatikan lingkungan sekitarnya. Sebagaimana yang telah dipraktekkan dalam anggota Paguyuban “Bina Mandiri” Kota Kediri sebagai berikut: *“Ketua Paguyuban juga pernah memberi usulan apabila pedagang tidak bisa membersihkan, kita bisa memberi uang ganti lelah kebersihan kepada pihak kebersihan sekolah seikhlasnya”*. Hal ini dituturkan oleh Sutrisno (wawancara: 2015) yang merupakan anggota Paguyuban “Bina Mandiri” Kota Kediri.

Pedoman yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW tidak sekedar pribadi kita dalam berperan sebagai pedagang saja, tetapi juga pribadi kita sebagai manusia seutuhnya. Artinya, kita menjalankan perintah agama tidak hanya terkonsentrasi pada aktivitas dagang, yang berharap untung (karunia Allah). Akan tetapi, pribadi kita yang kerdil ini harus berusaha untuk terus mengamalkan nilai-nilai kenabian dalam kehidupan kita sehari-hari. Pengamalan nilai-nilai kenabian, kita wujudkan dalam pembentukan kualitas sumber daya manusia yang semakin handal.

Seorang pedagang harus memiliki motivasi besar dalam hidupnya. Motivasi tersebut adalah motivasi dunia abadi (akhirat). Sebagaimana hadits Nabi Muhammad SAW yang dinukil oleh Ika Yunia Fauzia (2014: 85) sebagai berikut: *“Diriwayatkan dari al-Mustawrad bahwa Rasulullah SAW bersabda: ‘Demi Allah! Dunia ini dibanding akhirat adalah*

seperti seseorang memasukkan telunjuknya ke dalam laut, dan hendaklah ia melihat seberapa air yang tinggal di telunjuk itu”.

Kondisi tersebut diwujudkan dalam kontribusi pribadi dalam pemberdayaan umat yaitu ikut berdakwah. Wujud dakwah yaitu menjadi takmir suatu masjid dan ikut terjun dalam pembangunan masjid dan pemberdayaan umat. Pemahaman spiritualitas (pemahaman nilai syariah Islam) akan menjadikan segala tindakan manusia merupakan bentuk ibadah kepada Allah.

E. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa: 1) seorang pebisnis muslim memperhatikan aspek agama yaitu menerapkan perintah Allah SWT (firman Allah) dan akhlak Nabi Muhammad SAW (hadits), diantaranya pedoman mengenai mencari karunia Allah, menjadi hamba yang terampil, mencari waktu yang barokah dalam mencari rejeki, menjadi hamba yang bermurah hati dan tidak berlebihan, memperhatikan produk yang halal, dan menjaga kebersihan tempat jual beli. 2) Pemahaman nilai syariah mempengaruhi kualitas pribadi pebisnis muslim. Pemahaman nilai syariaiah oleh anggota Paguyuban Pedagang Kaki Lima “Bina Mandiri” Kota Kediri dalam kehidupan diaplikasikan dalam bentuk menyesuaikan jam kerja dengan jam ibadah serta memotivasi diri bahwa segala yang dilakukannya ditujukan untuk ibadah kepada Allah SWT. Kualitas pribadi senantiasa memberikan kontribusi positif bagi diri sendiri, orang lain dan lingkungan sekitar. Kualitas yang baik akan menciptakan hubungan social yang baik dan bersinergi antara kepentingan (nilai) agama, aturan pemerintah dan prinsip pemberdayaan umat.

DAFTAR PUSTAKA

- Audah, Salman Al- *Hadza Rasulullah*, Terj. Firdaus Sanusi, *Inilah Rasulullah: Nash-nash yang Otentik dan Lengkap Tentang Kepribadian dan Risalah Beliau*. Jakarta: Mutiara Publishing, 2014.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005.
- Baidan, Nashruddin. *Etika Islam dalam Berbisnis*. Solo: Zada Haniva, 2008.
- Chandra, G. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Huda, Miftahul. *Wawancara*, Ngadiluwih, 10 Mei 2015.
- Kasmir, *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Maryani, Sri. *Wawancara*, Ngadiluwih, 11 Mei 2015.
- Muhajir, Noeng. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islam Pendekatan Substantif dan Fungsional*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002.
- Muhammad, Siddiq. *Transaksi dan Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Visi Insani Publishing, 2005.
- Muslich, *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2012 Tentang Pedoman Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima, Pasal 1 ayat 1.
- Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 2009.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.

- Suherman, *Wawancara*, Kediri, 18 Mei 2015.
- Sutrisno, *Wawancara*, Manisrenggo, 17 Mei 2015.
- Suyadi, “Logoterapi, sebuah upaya pengembangan spiritualitas dan makna hidup dalam perspektif Psikologi Pendidikan Islam”, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. I, no 2, Desember 2002.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Cet. 3, “Dagang”*. Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.
- Widjajanti, Retno. “Karakteristik Aktivitas PKL pada Kawasan Komersial di Pusat Kota”, *Teknik*, Vol. 30 No. 30, 2009.
- www.kedirikota.go.id/potensiperdagangan, diakses tanggal 24 November 2014.
- Zakiah, “Pemahaman Nilai-nilai Syariah Terhadap Perilaku Berdagang (Studi pada Pedagang di Pasar Bambu Kuning Bandar Lampung)”, *Jurnal Sociologie*, Vol. 1, No. 4, 329, 2013.