

Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Tradisional Desa Merlung

Mila Kurnia^{1*}, Sri Rahma², Rabiyyatul Alawiyah³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

* E-mail: milak6247@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 09-06-2026

Revision: 14-06-2026

Published: 14-06-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v4i1.40

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika bisnis islam pada pedagang di pasar tradisional desa merlung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deksriptif kualitatif. Hasil yang didapatkan yaitu pada Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Tradisional Merlung adalah Belum semua pedagang di Pasar Tradisional Merlung menerapkan Etika Bisnis Islam di dalam berdagang hal ini dapat dilihat dari takaran timbangan yang mana pada takaran timbangan ini pedagang buah-buahan belum melakukan takaran timbangan secara baik. Didala kualitas produk masih ada pedagang yang mencampurkan kualitas bagus dengan kualitas kurang bagus yaitu pada pedagang sayur-sayuran. Kemudian pada Tanggapan konsumen terkait Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Tradisional Merlung yaitu Tanggapan konsumen terkait Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional Merlung, rata-rata dari pedgagang yang berada di Pasar Tradisional Merlung tidak memahami apa itu Etika Bisnis Islam. Karena rata-rata pedagang di Pasar Merlung ini dulunya tidak bersekolah, yang mereka tahu hanya berdagang untuk mencari penghasilan. dan untuk Kendala Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Tradisional Merlung adalah Kendala dari kurangnya penerapan Etika Bisnis di Pasar Tradisional Merlung yaitu faktor pengetahuan dan faktor budaya.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Pedagang, Pasar Tradisional, Desa Merlung

ABSTRACT

This study aims to analyze the application of Islamic business ethics to traders in the traditional market of Merlung village. The method used in this study is descriptive qualitative. The results obtained are on the Application of Islamic Business Ethics to Traders in the Merlung Traditional Market is Not all traders in the Merlung Traditional Market apply Islamic Business Ethics in trading this can be seen from the measurement of the scales where in this measurement of the scales fruit traders have not done the measurement of the scales properly. In the quality of the product there are still traders who mix good quality with less good quality namely vegetable traders. Then on Consumer Responses regarding Islamic Business Ethics to Traditional Traders Merlung namely Consumer responses related to Islamic Business Ethics to Traders in the Merlung Traditional Market, the average of traders in the Merlung Traditional Market do not understand what Islamic Business Ethics is. Because the average trader in the Merlung Market did not go to school, all they know is trading to earn a living. and for the Obstacles to the Application of

Acknowledgment

Islamic Business Ethics to Traders in the Merlung Traditional Market is the obstacle of the lack of application of Business Ethics in the Merlung Traditional Market namely knowledge factors and cultural factors.

Key word: *Business Ethics, Traders, Traditional Market, Merlung Village*

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

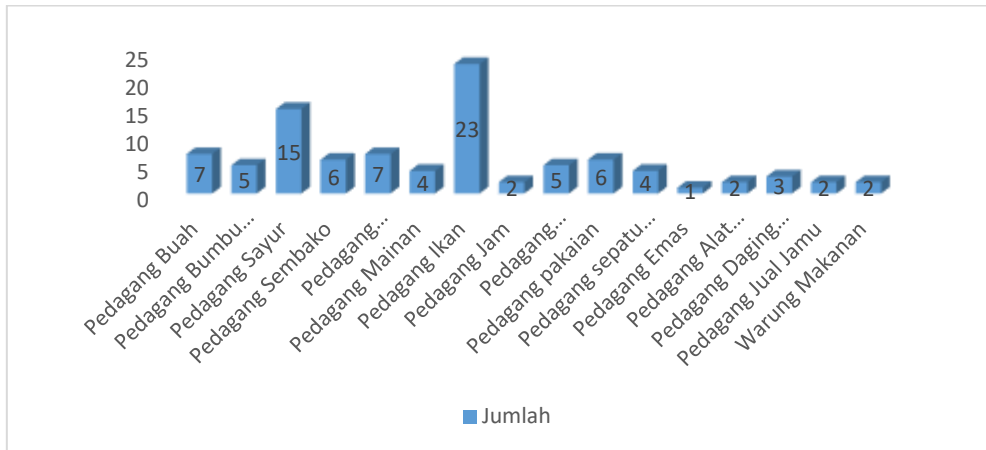
PENDAHULUAN

Salah satu tempat untuk melakukan bisnis adalah pasar, pasar sendiri itu terbagi menjadi dua, ada yang disebut pasar modern dan pasar tradisional. Pasar modern ialah pasar yang pengelolaannya dikelola secara modern, umumnya terdapat dikawasan perkotaan. Sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen (umumnya anggota masyarakat kelas menengah keatas). Contoh dari pasar modern ialah pasar swalayan, hypermarket, supermarket, minimarket, mall department store, shopping centre, wara-laba, toko serba ada dan sebagainya.

Berdasarkan teori M. Djakfar menyebutkan bahwa etika bisnis Islam merupakan norma-norma etika yang berbasis Al-Quran dan Hadist yang harus dijadikan acuan oleh siapapun dalam setiap aktivitas bisnisnya (Djakfar, 2007). Etika bisnis Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang bernilai baik dan benar (Aravik, et al., 2023).

Etika bisnis Islam menjadi pedoman penting dalam mengatur perilaku pelaku usaha agar tercipta keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan bersama. Prinsip-prinsip seperti *shidq* (jujur), *'adl* (adil), *amanah* (dapat dipercaya), *ihsan* (berbuat baik), serta larangan terhadap penipuan (*gharar*) dan kecurangan (*tadlis*) menjadi landasan moral bagi setiap muslim dalam bermuamalah. Etika bisnis berperan sebagai pedoman (pengatur) kegiatan ekonomi, karena secara filosofis etika didasarkan pada pertimbangan ilmiah dan agama (Syahata, 2002).

Pasar tradisional Merlung merupakan kawasan komersial yang berada di kecamatan Merlung, tepatnya berada di daerah kecamatan Merlung. Pasar tradisional Merlung ini terletak dikawasan strategis sehingga banyak orang yang datang ke pasar tradisional tersebut, baik sebagai pembeli maupun sebagai penjual. Pasar tradisional merlung ini merupakan pasar terbesar di kecamatan Merlung. Sebagai pasar induk di kecamatan ini, tentunya banyak berbagai macam pedagang dengan ragam barang yang dijual pedagang tersebut, mulai dari kebutuhan pokok sampai kebutuhan non pokok. Akan tetapi akhir-akhir ini banyak pembeli yang komplein dikarenakan pedagang tersebut melakukan tindakan yang merugikan mereka.



Gambar 1. Jumlah Pedagang di Pasar Tradisional Merlung

Sumber: wawancara dengan pengelola pasar Merlung

Pengelola pasar juga menambahkan bahwasanya pedagang tersebut bukan hanya berasal dari merlung. Akan tetapi ada juga yang berasal dari kecamatan lain untuk berdagang di pasar ini. Data yang didapat dari pengelola pasar terdapat 94 pedagang yang berdagang di pasar tersebut. Dibawah ini adalah data pedagang dan jenis dagangannya.

Maka dari itu penulis memilih pasar tradisional sebagai objek penelitian. Alasannya karena penulis melihat adanya perilaku pedagang yang tidak sesuai dengan apa yang diterapkan dalam etika bisnis Islam. Menurut pengamatan sementara, yang dilakukan oleh pedagang tersebut adalah pengurangan takaran timbangan, pengelolaan barang kualitas bagus dengan yang buruk, pedagang tidak menepati janji dengan konsumen, pedagang yang bersikap kurang ramah dan murah hati ditandai dengan pelayanan dengan raut wajah yang kurang bersahabat. Sehingga kecurangan-kecurangan tersebut membuat para pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dengan harga yang wajar. Mereka juga diberitahu apabila terdapat kekurangan sesuatu yang ingin mereka beli.

Berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam ada beberapa kejadian yang terjadi di pasar tradisional Merlung, yang terjadi tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam, salah satu di antaranya adalah Ibu Gadis mengalami hal yang tidak menyenangkan, waktu ibu gadis membeli buah-buahan di pasar tradisional Merlung sebanyak dua kilogram, setibanya di rumah, karena penasaran dengan berat buah-buahan yang ia beli, ia kemudian menimbang kembali buah-buahan tersebut ternyata beratnya tidak sampai dua kilogram. Kejadian berikut menggambarkan salah satu prinsip etika bisnis Islam yaitu keadilan. Hal yang sama juga dirasakan oleh ibu Yanti yang mana beliau membeli 1 kg buah-buahan di pasar tradisional Merlung. Saat sampai dirumah beliau menimbang kembali buah-buahan tersebut ternyata tidak sampai 1 kg.

Berdasarkan cerita dan kejadian diatas dapat kita ketahui bersama, bahwasanya perilaku pedagang tersebut sudah melanggar etika bisnis Islam. Islam sangat melarang melakukan perbuatan seperti itu. Kejadian selanjutnya dirasakan oleh ibu Ulya beliau mengalami hal-hal yang tidak menyenangkan yaitu dia tidak mendapatkan layanan yang kurang baik dari penjual yang berupa tidak dikembalikannya uang kembalian dari penjual. Dengan alasan tidak melihat ibu Ulya membayar kepada penjual tersebut, bahkan ada beberapa saksi yang melihat pembeli membayarnya termasuk pedagang yang lain. Akan tetapi pedagang ini tetap mengatakan bahwasanya pembeli tersebut tidak membayarnya. Kejadian ini menggambarkan salah satu prinsip etika bisnis Islam yaitu kebijakan. Kurangnya kebijakan pedagang konsumen sehingga konsumen merasa tidak nyaman saat berbelanja.

Peneliti melakukan observasi dan menemukan fenomena yang terjadi adalah pada sayur-sayuran yang mana para pedagang ini menepatkan bawang yang bagus diatas bawang yang kurang bagus. Sehingga yang terlihat hanya bawang yang bagus-bagus saja, hal ini tentu membuat pembeli merasa tertipu dengan kualitas yang ditawarkan. Bahkan disini peneliti juga mewawancarai salah satu pedagang yaitu pak Edi penjual pancing di pasar tradisional Merlung beliau mengungkapkan bahwa pedagang di pasar tradisional Merlung ini sering tidak menepati janji. Seperti menjanjikan adanya barang yang diminati konsumen di kemudian hari, akan tetapi dia tidak menyiapkannya. Sehingga pembeli merasa di bohongi oleh pedagang tersebut. Hal ini cukup sering terjadi di pasar tradisional Merlung ungkapnya. Kejadian berikut juga menggambarkan tidak adanya tanggung jawab yang dilakukan oleh pedagang terhadap konsumen sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam.

Islam mengatur tentang hukum atau aturan antara hubungan manusia dengan Allah SWT dan hubungan manusia dengan manusia. Hukum atau aturan didasarkan pada Al-quran dan As-Sunnah. Dalam hubungan manusia dengan manusia, kita dapat menjumpai dalam kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana dalam kehidupan sehari-hari (Syahputri & Suryaningsih, 2022).

Islam menganjurkan dalam suatu bisnis atau perdagangan haruslah beretika. Dalam aktivitas bisnis Islam etika sangat dianjurkan, salah satu praktek perdagangan yang mendasar dalam kegiatan bisnis (usaha) adalah suka sama suka. Rasulullah SAW sangat menganjurkan pebisnis dalam aktivitas usaha perdagangan berlaku suka sama suka. Sebaliknya dilarang segala usaha bisnis khususnya dalam aktivitas perdagangan dipasar yang dilakukan pedagang dengan cara yang bathil (diperoleh dengan jalan yang tidak sah) (Tiakoly & Wahab, 2019).

Sedangkan pasar tradisional adalah pasar yang didirikan dan dipelihara oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik Negara, dan badan usaha milik daerah. Termasuk kerja sama dengan swasta dalam bentuk toko, kios, los, dan tenda, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil

dan menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil dan proses jual beli barang melalui negosiasi (Athar, 2020).

Pedagang adalah orang yang mencari nafkah dengan berdagang barang-barang kebutuhan sehari-hari. Pasar itu sendiri adalah arena komersial, tempat pertemuan orang-orang dengan maksud menukar kepemilikan barang atau jasa dengan uang. Pasar juga diartikan sebagai tempat dimana orang dapat membeli dan menjual, yang berarti kekuatan penawaran dan permintaan, dimana penjual menukarkan barang atau jasa dengan uang atau jasa.

Pasar tradisional merupakan inti perekonomian masyarakat. Banyak masyarakat yang masih membutuhkan pasar tradisional untuk mencari penghasilan dan kebutuhan kehidupan mereka. Berkembangnya pasar modern dirasakan oleh banyak pihak dan memiliki dampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Untuk mencerminkan perekonomian nasional, pemerintah harus besinergi dengan pasar tradisional untuk mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, dikarenakan basis ekonomi nasional adalah pasar tradisional (Sari, 2018).

Akan tetapi banyak kita temukan penyimpangan yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional. Perilaku menyimpang yang ditemukan di pasar tradisional adalah pengurangan takaran timbangan, pengoplosan barang kualitas bagus dengan yang buruk dan lain sebagainya. Sehingga kecurangan-kecurangan tersebut membuat para calon pembeli merasa tidak nyaman untuk datang ke pasar tradisional. Pembeli atau konsumen seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan pada suatu yang ingin mereka beli.

Kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik tersendiri karena kelebihan suatu barang atau produk menjadi suatu faktor yang sangat menentukan bagi pembeli atau konsumen untuk menentukan pilihannya. Oleh karena itu informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan setiap konsumen. Kejujuran dalam memberikan informasi sangat diperlukan oleh pembeli atau konsumen. Nilai kejujuran dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW. Beliau adalah seorang pedagang yang terkenal dengan kejujurannya.

Sedangkan sudah jelas bahwa jual beli tidak boleh dilakukan atas dasar kemauan sendiri yang dapat menimbulkan kerugian bagi orang lain. Islam pun selalu bersumber pada nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk wacana dalam jual beli. Kegiatan jual beli mempunyai peraturan dalam hukum Islam yang bersumber dari Al-Quran dan As-Sunnah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deksriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Merlung, Kecamatan Merlung, Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Atas pertimbangan peneliti, Desa Merlung dipilih sebagai lokasi penelitian karena pasar tradisional Merlung adalah pasar utama dan yang terbesar di kawasan Desa Merlung dan Kecamatan Merlung. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah para pedagang yang berada di pasar tradisional Merlung. Jenis data yang digunakan peneliti yaitu data primer yang diperoleh dari narasumber dan wawancara dengan pedagang dan konsumen pasar tradisional Merlung dan sekunder yaitu buku referensi, jurnal penelitian, internet dan lain-lain. Dalam penelitian ini menggunakan metode keabsahan data berupa Perpanjangan Pengamatan, Member check, dan Analisis kasus *negative*, serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kondensasi data (*data condensation*), Penyajian data (*data display*), dan Penarikan Kesimpulan (*conclusions drawing*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Tradisional

Setelah melakukan observasi langsung dan wawancara dengan beberapa informasi di Pasar Merlung, hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar para pedagang di Pasar Tradisional Merlung ini tidak tahu dan tidak paham akan Etika Bisnis Islam, hamper semua pedagang tidak tau apa itu Etika Bisnis Islam. Hal ini diperkuat dengan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pedagang di Pasar Tradisional Merlung. Seperti apa yang dikatakan ibu Dian salah satu pedagang sayur di Pasar Tradisional Merlung, yaitu:

“saya ya tidak tahu apa itu Etika Bisnis Islam, dan saya dulu tidak sekolah, jadi saya tidak paham apa itu Etika Bisnis Islam.”

Begitu juga yang dikatakan oleh ibu Dewi, salah satu pedagang buah-buahan di Pasar Tradisional Merlung, beliau mengatakan bahwa:

“saya tidak paham dan tidak paham yang seperti itu, dulanyakan saya gak sekolah, ya jadi saya tidak paham sama sekali apa itu Etika Bisnis Islam.”

Hal yang sama yang diungkapkan oleh beberapa pedagang lain, ibu Ratna, ibu Nur, dan bapak Rian, mereka adalah penjual sayuran ikan asin, dan daging. Mereka juga mengatakan bahwa mereka tidak paham dan tidak tahu sama sekali dengan Etika Bsinis Islam, mereka hanya berdagang dengan

menggunakan sepengetahuan mereka sendiri yang didapat secara turun temurun dari keluarga mereka. Tetapi dalam melakukan kegiatan berdagang mereka sesuai dengan ajaran agama Islam, mereka mengatakan bahwa mereka berjualan dengan cara yang halal dan tidak pernah menjual barang yang haram. Meskipun mereka tidak paham akan Etika Bisnis Islam, tetapi mereka tidak melakukan perilaku yang menyimpang dari ajaran agama Islam. Seperti yang dikatakan oleh bapak Rian, yaitu:

“saya sudah hampir belasan tahun berjualan disini, saya paham betul rata-rata para pedagang disini tidak dan tidak tahu apa itu Etika Bisnis Islam, ya karena pedagang disini banyak yang ga sekolah dulunya, namanya juga orang desa, yang kita tahu disini ya kita berdagang untuk mencari penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Namun sebagai orang muslim saya pribadi tidak pernah melakukan hal-hal yang dilarang dalam Islam.”

Ibu Eli salah satu pedagang pakaian di Pasar Tradisional Merlung juga mengungkapkan bahwa:

“saya berdagang juga dikarenakan orang tua saya juga berdagang, jadi saya berdagang hanya sesuai dengan yang diajarkan oleh orang tua saya. Jadi saya ya tidak paham apa itu Etika Bisnis Islam, dulu saya sekolah SD saja tidak sampe selesai.”

Selain dari beberapa informasi dari beberapa pedagang, ada juga beberapa konsumen yang saya wawancara di Pasar Tradisional Merlung.

Ibu Yanti salah satu konsumen yang berbelanja di Pasar Tradisional Merlung mengungkapkan Bahwa:

“rata-rata pedagang di Pasar Tradisional Merlung ini tidak bersekolah dulunya dikarenakan ekonomi susah dan juga dulu sekolah hanya ada batas SMP, dan mereka berdagang juga mengikuti orang tua mereka dulu.”

Dari penjelasan beberapa informan diatas dapat disimpulkan bahwa para pedagang di Pasar Tradisional Merlung ini kurang mengetahui dan paham tentang Etika Bisnis Islam. Salah satu penyebabnya dikarenakan rendahnya tingkat pendidikan para pedagang. Kebanyakan dari mereka berdagang hanya sesuai dengan pengetahuan mereka sendiri yang tidak semuanya berdasarkan Etika Bisnis Islam, dan berdagang hanya untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Disisi lain mereka juga berpegang teguh dengan ajaran agama mereka yaitu tidak menjual barang yang haram.

Tanggapan Konsumen Terkait Tentang Etika Bisnis Islam Yang Dilakukan Oleh Pedagang Pasar Tradisional Merlung

setiap orang pasti memiliki perilaku yang berbeda-beda tergantung dari sifat/watak dan keadaan lingkungan seseorang. Begitu juga dengan para pedagang di Pasar Tradisional Merlung, mereka pasti

memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan kegiatan perdagangan. Apakah sesuai dengan Etika Bisnis Islam atau malah menyimpang dari Etika Bisnis Islam.

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di Pasar Tradisional Merlung, peneliti mendapatkan berbagai informasi yang diberikan kepada peneliti. Maka peneliti dapat menyimpulkan berlangsungnya penerapan Etika Bisnis Islam pedagang di Pasar Tradisional Merlung yang diantaranya adalah dalam hal takaran/timbangan, kualitas produk, pelayanan, penepatan janji, dan persaingan bisnis, berikut adalah hasil dari penelitian yang peneliti dapatkan yaitu:

Takaran/Timbangan

Penggunaan timbangan sebagai sarana penunjang aktivitas transaksi ekonomi yang lebih dominan terjadi di Pasar Tradisional. Sebagai objek transaksi jual beli harus menggunakan alat timbang yang legal dan sah. Dalam hal takaran atau timbanga tentunya setiap pedagang memiliki sikap atau perilaku yang berbeda-beda, tergantung dari sifat dan lingkungan setiap orang. Takran atau timbangan merupakan hal tetap yang dan selalu digunakan untuk suatu pekerjaan. Menyempurnakan takaran atau timbangan merupakan hal yang wajib dilakukan oleh setiap individu, terutama bagi seorang pedagang.

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan di Pasar Tradisional Merlung ada fenomena yang peneliti temukan yaitu terdapat pada pedagang buah-buahan yaitu jarum pada timbangannya tidak tepat di angka nol sehingga disaat membeli buah-buahan satu kilo di pedagang tersebut buah-buahannya relative sedikit dan setelah peneliti timbang dirumah memang tidak sampai satu kilo, menurut informasi yang peneliti dapatkan ada beberapa informan yang mengatakan bahwasanya pedagang buah-buahan tersebut salah dalam menakar timbangan seperti salah satu wawancara salah satu konsumen yaitu ibu Rika beliau mengatakan:

“pedagang buah –buahan disini kalo kita dak jeli/teliti dalam melihat timbangannya bisa saja kita kena tipu dengan takaran timbangan dipermainkan, kadang dak dikasih lihat hasil dari takaran timbangannya.”

Hal yang tidak mengenakan juga terjadi pada ibu Juni beliau mengatakan bahwa: “waktu itu saya pernah beli buah-buahan saya pesan 2 kg buah apel, ya waktu itu orang lagi ramai yang berbelanja terus pedagang buah tersebut mengiyakan pesanan 2 kg buah apel saya, beliau yang mengambil akan tetapi sesampai dirumah saya merasa berat buahnya itu ringan, dan saya timbang kembali dan ternyata hasilnya tidak sampe 2 kg.”

Kejadian lainnya juga dirasakan oleh ibu Sopiah, beliau juga mengatakan bahwa: “saya pernah mengalami kejadian yaitu pengurangan takaran timbangan, pada saat itu saya membeli anggur 1 kg tapi karna saya mau buru-buru saya tidak memperhatikan lagi takaran timbangannya, sesampainya di rumah

adik saya bilang kok beli anggurnya sedikit sekali, dan setelah saya timbang kembali dengan adik saya, ternyata memenag anggur itu tidak sampai 1 kg.”

Setelah peneliti melakukan observasi pada pedagang lain seperti pedagang daging, sayur-sayuran, dan pedagang lainnya peneliti tidak menemukan adanya kecurangan di dalam menakar timbangandan banyak informasi yang mengatakan pedagang-pedagang tersebut jujur didalam timbangan, hal ini di perkuat juga dengan wawancara yang dilakukan dengan pedagang tersebut, dengan beberapa informan pedagang di Pasar Tradisional Merlung, peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

Ibu Endah, seorang pedagang ikan di Pasar Tradisional Merlung mengatakan, “saya kalau nimbang ya sesuai takaran atau timbangan, kan sudah ada ukurannya. Enggak berani saya kalo mau mengurangi takra timbangan, selain itu juga pembeli pasti tahu kalau saya salah menimbang, karena saya nimbangnya didepan pembeli langsung.”

Seperti yang telah dikatakan ibu Endah, hal yang sama juga dilakukan oleh ibu Nur salah satu pedagang sayuran berikut ini:

“kan sudah ada timbangan, menimbang dagangan ya sesuai dengan timbangan yang ada. Saya seringnya malah melebihkan sedikit, kan kalo sayur-mayur itu kalo ditimbang tidak harus pas, sperti misalnya sayur kol, kol itukan beda-beda jadi dari pada susah ya mending dilebihkan dari pada dikurangi.”

Begitu juga dengan ibu Ratna, salah satu pedagang ikan asin di Pasar Tradisional Merlung. Beliau juga mengatakan hal yang sama dengan ibu Nur, mereka beranggapan bahwa melakukan hal baik pasti akan menghasilkan perlakuan baik pula nantinya, bukan malah merugikan mereka.

Peneliti juga mewawancarai bapak Junai yang merupakan pedagang sembako di Pasar Tradisional Merlung, beliau mengatakan: “saya apabila menakar barang dagangan menggunakan timbangan yang sesuai, saya tidak pernah mengurangi timbangan, enggak berani saya. Terutama kalau menimbang beras dan minyak, dua hal tersebut merupakan kebutuhan pokok masyarakat.”

Selain pedagang peneliti juga mewawancarai beberapa konsumen di Pasar Tradisional Merlung salah satunya ibu Jeni beliau mengatakan: “pedagang di pasar ini menakar timbangan cukup baik tapi harus perlu kita awasi untuk menjaga-jaga dari kecurangan.”

Ibu Eka salah satu kosumen di Pasar Tradisional Merlung mengatakan: “pedagang disini baik dalam melakukan timbangan, mungkin kita yang perlu memperhatikan disaat menimbang adalah pedagang buah-buahan karna banyak kejadian yang menyangkut takran timbangan pada pedagang tersebut.”

Informan lainnya juga mengatakan pedagang di Pasar Tradisional Merlung menakar timbangan sesuai dengan porsinya. Meskipun ada beberapa pedagang yang terkadang menyimpang dengan mengurangi timbangan seperti pedagang buah-buahan, namun dapat dipastikan bahwa sebagian besar pedagang di Pasar Tradisional Merlung sudah sesuai dalam menimbang. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar para pedagang di Pasar Tradisional Merlung tidak melakukan penyimpangan dalam hal takaran timbangan. Mereka menakar sesuai dengan porsinya.

Kualitas Produk

Kualitas produk atau barang merupakan tingkat baik buruknya suatu produk. Kualitas produk merupakan atribut atau sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap pedagang jika ingin barang yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Dari hasil observasi yang telah peneliti lakukan, peneliti memperoleh fakta bahwa ada sebagian pedagang di Pasar Tradisional Merlung ini ada yang memperhatikan akan kualitas produk yang mereka jual, dan ada juga yang tidak memperhatikan kualitas produk yang mereka jual. Peneliti juga menemukan bahwasanya untuk barang yang berkualitas dengan baik maka harga akan lebih tinggi, sedangkan untuk barang yang berkualitas buruk maka harga akan lebih rendah, sehingga pembeli dapat menentukan pilihannya. Namun disisi lain ada pedagang yang tidak terlalu mementingkan kualitas dagangan yang mereka jual terkadang mencampurkan barang kualitas baik dengan yang buruk, hal ini sangat dilarang oleh agama. Peneliti menemukan beberapa pedagang bawang yang mana pedagang tersebut meletakkan bawang merah dengan kualitas bagus di atas sedangkan kualitas buruk dibawahnya. Menurut beberapa informasi yang peneliti terima barang dagangan di hari senin berbeda kualitasnya dihari minggu ini menyebabkan pasar relative sepi dihari senin, hal ini juga diperkuat dengan wawancara yang peneliti lakukan dengan pedagang maupun konsumen, ibu Eka mengatakan:

“kalo masalah kualitas barang biasanya barang dihari minggu lebih bagus dan press, sedangkan dihari senin itu biasanya kurang bagus terutama sayur mayor karna barang dihari senin itu adalah barang yang tidak habis di hari minggu.”

Selain ibu Eka, ibu Gadis juga mengatakan hal yang sama, beliau mengatakan: “saya enggak pernah belanja pada hari senin karena barangnya kadang kurang bagus dan bahkan adanya barang yang busuk.”

Berbeda dengan konsumen sebelumnya, ibu Yati mengatakan: “untuk kualitas barang dipasar ini saya pernah mendapatkan kentang yang mana dibagian atasnya bagus-bagus dan dibagian bawahnya kualitasnya buruk.”

Peneliti juga mewawancarai beberapa pedagang sayur-sayuran seperti ibu Ningsih (pedagang sayur), beliau mengatakan: “saya tidak terlalu memperhatikan akan kualitas barang yang saya jual, kualitas barang memang penting, hanya saya tidak selalu menjual barang dengan kualitas yang baik, dikarenakan banyak juga pembeli yang lebih memilih barang dengan harga yang lebih murah dan tidak memperhatikan baik tidaknya kualitas barang tersebut.”

Jadi beliau lebih memilih produk yang dapat habis untuk dijual walaupun dengan harga yang lebih murah. Hal ini dapat menimbulkan ketidakseimbangan pasar (distorsi pasar) dan dapat merugikan beberapa pihak.

Namun, ibu Aisyah salah satu pedagang sayur juga mengatakan bahwa: “susah kalau harus selalu menjual barang dagangan dengan kualitas yang baik, kita kan ambil dagangan dari seseorang, nah dari sananya juga kadang kualitasnya sudah gak bagus, salah satu yang paling sering saya jual dengan kualitas yang kurang bagus itu bawang merah sama cabe rawit. Akan tetapi masih banyak kok pembeli yang tetap membeli dagangan saya.”

Ibu Nur juga mengatakan bahwa: “kualitas barang memang penting, hanya saja saya sebagai pedagang sayur dan bumbu dapur tidak terlalu mementingkan hal tersebut. Namanya jualan kadang ga selalu terjual habis, kemudian dijual kembali lagi keesokan harinya dan dicampur dengan barang yang baru supaya laku. Kalau gak begitu ya susah, yang ada saya rugi nantinya.”

Dari beberapa wawancara diatas dapat kita simpulkan bahwasanya untuk kualitas barang, beberapa pedagang sayur kurang memperhatikan hal tersebut, untuk mengetahui kualitas barang pedagang yang lain peneliti mewawancarai beberapa konsumen dan pedagang bu Endah (pedagang ikan) mengatakan: “untuk ikan yang saya jual insyallah kualitasnya bagus karena saya ternak sendiri, waktu tiba hari pasaran baru saya ambil dari kolamnya.”

Bukan hanya ibu Endah yang berpendapat seperti itu, pak Ramlan seorang pedagang ayam potong mengatakan bahwa kualitas produk dagangan sangatlah penting karena mempengaruhi tingkat penjualan. Beliau mengatakan: “daging ayam saya ini saya potong subuh sebelum berangkat berjualan dipasar ini, terkadang ada juga pesanan dari pembeli yang tidak sempat membeli langsung kerumah.”

Hal ini juga sama dikatakan oleh pak Junai pedagang sembako beliau mengatakan: “kalau masalah kualitas barang, saya selalu menjelaskan kepada pembeli misal ini beras dengan kualitas terbaik, ini yang lumayan, dan ini yang buruk, jadi biar mereka (pembeli) yang memilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.”

Menurut beliau kalau selalu milih barang yang kualitas bagus dengan harga yang sedikit mahal beliau merasa sedikit susah, karena tidak semua orang mampu membeli dengan harga yang lebih mahal.

Jadi beliau berusaha memberikan peluang untuk semua pelanggannya sesuai dengan kemampuan mereka masing-masing.

Ibu Rika konsumen di Pasar Tradisional Merlung juga mengatakan bahwa: “selama inisaya membeli kebutuhan di pasar ini, karna untuk kualitasnya bagus seperti contoh ikan, kalo beli dihai selain pasar biasanya kualitasnya kurang bagus.”

Dari penjelasan ibu Endah, pak Junai, pak Ramlan mereka menunjukkan bahwa bagaimana pentingnya kualitas suatu produk. Dari penjelasan keseluruhannya, dapat disimpulkan bahwa sebagian pedagang sayur kurang memperhatikan kualitas produk, mereka hanya memntingkan barang yang mereka jual laku dan habis. Sedangkan menurut para pedagang ikan dan ayam potong mereka memntingkan kualitas produk, karena menurut mereka kalau kualitas produk mereka kurang baik, maka barang dagangan mereka tidak akan ada yang beli dan pelanggan tidak akan mendatangi mereka lagi.

Penepatan Janji

Seseorang akan dipercaya karena kejujuran dan perilakunya. Begitu juga seorang konsumen akan percaya ke pedagang apabila memberikan informasi sesuai yang diucapkannya salah satunya yaitu dengan menepati janji. Seorang pedagang yang ingin dipercaya sn disukai oleh para pelanggannya hendaknya menepati janji-jani yang diucapkannya kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak merasa akan dikhianati.

Setelah melakukan observasi peneliti menemukan bahwasanya dalam hal penepatan jani pedagang di Pasar Tradisional Merlung ini menepati janjinya dengan pembeli, walaupun ada yang tidak menepati janjiny, akan tetapi rata-rata pedagang Pasar Tradisional Merlung ini menepati jajinya seperti pemesanan barang yang tidak tersedia di toko mereka, dengan demikian keuntungan bisa didapat dan harga yang dipesan juga sama seperti harga yang dijual mereka, da nada sebagian pembeli memesan tanpa ada uang diawal mereka memesan, hal ini terjadi pada setiap pedagang baik itu pada pedagang buah-buahan, alat pancing, sayur-sayuran, pakaian dan pada pedagang ikan, hal ini diperkuat dengan wawancara dengan beberapa pedagang di Pasar Tradisional Merlung sebagai berikut:

Ibu Endah mengatakan: “ya pasti dalam menepati janji saya selalu menepatinya. Kalau ada pembeli yang sudah memesan ikan dan sudah membayarnya ya langsung saya siapkan. Kalau ada yang memintanya walaupun denga harga yang lebih tinggi saya tidak memberikannya. Saya akan menawarkan ikan yang lainnya kepada pembeli tersebut. Gak berani saya ngasih yang sudah dipesan, kan kasian juga sama yang sudah pesan duluan.”

Bapak Edi pedagang alat pancing di Pasar Tradisional Merlung juga mengatakan: “kalau alat pancing sudah ada yang pesan dan sudah membayarnya, saya gak bernai kasih ke pembeli lainnya,

walaupun kadang saya tidak bisa menepati janji tersebut diakrenakan alat pancing tersebut tidak tersedia ditepat saya membelinya.”

Selain bu Endah dan pak Edi, ibu Dewi juga mengatakan: “kalo buah-buahan ada yang mesan itu pasti saya bedakan dan kadang saya minta no hp nya untuk mengabarkan bahwa barangnya sudah ada, kadang saya juga mengabarkan barangnya tidak ada.”

Selain dari beberapa pernyataan pedagang diatas, peneliti juga mewawancarai beberapa konsumen di Pasar Tradisional Merlung salah satunya ibu Norma, beliau mengatakan: “rata-rata pedagang disini menepati janjinya apalagi kalo masalah pemesanan barang, mereka akan menepati janjinya, mungkin jika barang yang dipesan tidak tersedia ditoko tempat pedagang membeli barangnya, itu yang buat mereka tidak menepati janjinya.”

Ibu Juni juga salah satu konsumen di Pasar Tradisional Merlung, beliau mengatakan: “kalo masalah penepatan janjipedagang disini memamng menepatkan janjinya saya sendiri melihatnya seperti itu.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh ibu Sopiiah beliau mengatakan: “saya sendiri sering memesan sayur-sayuran pada pedagang di pasar ini dan rata-rata mereka menepatkan janjinya kesaya, kalo tidak ada mereka akan menjelaskan bahwasanya barang tersebut tidak tersedia.”

Begitu juga dengan informasi yang peneliti dapatkan dari beberapa informan lainnya, seperti yang dikatakan pak edi mereka pasti menepati janji yang mereka katakana kepada para pelangganya, mereka mengatakan apabila tidak menepatinya mereka akan memberikan alasannya seperti barang tidak tersedia, atau bahkan belum sama sekali belanja karena kenala lain.

Jadi peneliti menyimpulkan bahwa para pedagang di Pasar Tradisional Merlung sebagian besar dapat dipercaya akan apa yang diucapkannya dan dijanjikannya. Meskipun ada beberapa yang pernah melakukan tindakan penyimpangan dengan tidak menepati janjinya kepada pelanggan, akan tetapi pada dasarnya mereka selalu berusaha menepati apa yang dikatakan kepada pelanggan agar pelanggan tidak merasa dikecewakan dan merasa puas, serta saling menghormati dan merasa nyaman satu sama lainnya.

Keramahan dan Pelayanan

Keramahan seseorang sangatlah penting dalam menyangkut hal apapun terutama pekerjaan, salah satunya dalam berdagang. Seorang pedagang diharuskan memiliki sikap yang ramah kepada pelanggannya. Ramah yang dimaksud ialah manis tutur kata dan sikapnya, sehingga pelanggan akan merasa senang dan nyaman dalam melakukan kegiatan jual beli. Rasulullah SAW juga telah mengajrakan kita untuk bersikap ramah kepada siapapun dalam hal apapun terutama dalam kegiatan berdagang, karena yang demikian meruapakan sebaik-baiknya manusia dan yang saling meberikan manfaat bagi manusia lainnya.

Begitu juga dalam hal pelayanan, seorang pedagang harus melayani pembeli dengan baik agar pembeli merasa puas. Seorang pedagang perlu mendengarkan perasaan pembeli, biarkan pelanggan berbicara dan dengarkanlah dengan seksama apa yang dibutuhkan dan diinginkannya, dan layani dengan sepenuh hati.

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, para pedagang di Pasar Tradisional Merlung ini terbagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok pendatang dan warga asli Merlung, dan terdapat dua fakta bahwasanya kelompok pedagang yang pendatang lebih ramah dan baik dalam melayani pembeli. Sedangkan pedagang yang warga asli Merlung agak sedikit tidak ramah dalam melayani pembeli. Hal ini dapat dilihat dari cara mereka berbicara atau saat mereka menawarkan barang kepada pembeli yang datang ke toko mereka, pedagang pendatang terlihat tersenyum ke semua orang yang lewat didepan mereka. Bahkan menyapa mereka yang kenal, mereka selalu tersenyum disertai dengan menawarkan barang dagangannya ke semua orang yang lewat. Meskipun orang yang lewat menghiraukan dan tidak melihat sedikitpun mereka tetap tersenyum dan terus menawarkan dagangannya. Akan tetapi beda dengan pedagang asli warga Merlung yang terkesan tidak ramah dan cuek saat ada pembeli yang lewat didepan mereka bahkan saat melayani pembeli yang tidak jadi beli mereka terlihat agak tidak senang. Hal ini diperkuat dengan beberapa wawancara dengan konsumen yang merupakan konsumen di Pasar Tradisional Merlung bapak Robi mengatakan:

“orang kita (Merlung) kalo melayani pembeli agak sedikit tidak ramah makanya terkadang pembeli tu jarang yang belanja ketempat mereka, sedangkan kalo orang luar tu bedagang dengan ramah tmah jadi enak kalo nak belanja ditempat mereka.”

Begitu juga dengan ibu Sanah, beliau juga mengatakan: “kalo orang Merlung ini agak terlihat kasar hal itu bisa dilihat dari intonasi mereka dalam berbicara, sedangkan orang luar agak ramah walaupun ada juga yang tidak ramah kepada pembeli.”

Hal yang sama dikatakan oleh ibu Yanti: “bukan maksud menjelekkkan atau apa ya memang faktanya pedagang yang berasal dari warga asli Merlung sedikit tidak ramah akan tetapi mereka baik-naik, mungkin meman dikarenakan watak warga Merlung begitu.”

Hal ini membuktikan bahwa perilaku ramah kepada para pembeli itu sangat penting. Selain itu dalam melayani para pembeli harus cepat dan baik. Pelayanan terjadi secara natural disertai dengan pembicaraan ringan tentang kehidupan sehari-hari sehingga menjadikannya lebih nyaman.

Dari wawancara diatas dapat peneliti simpulkan bahwa para pedagang di Pasar Tradisional Merlung ini terbagi menjadi dua kelompok yaitu warga asli Merlung dan pendatang yang mana warga asli Merlung terlihat agak tidak ramah didalam pelayanan kepada konsumen. Dan pedagang pendatang yang agak ramah kepada pembeli dan melayani pembeli dengan baik. Terbukti dari beberapa keterangan

yang diperoleh dari konsumen di Pasar Tradisional Merlung, mereka mengatakan bahwa mereka puas dan senang dengan keramahan dan pelayanan yang dilakukan oleh para pedagang di Pasar Tradisional Merlung. Selain itu hampir semua informan mengatakan hal yang sama, yaitu pedagang dari luar lebih rama dan baik pelayanannya dibandingkan pedagang asli Merlung.

Persaingan Bisnis

Persaingan bisnis adalah persetujuan antar pelaku bisnis secara independent berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula, agar para konsumen membeli suatu barang dagangan yang di jual oleh pedagang. Seorang pedagang hendaknya bersaing dengan cara yang sehat, adil, dan tidak menjelekkkan dagangan orang lain demi keuntungannya sendiri. Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan beberapa informan di Pasar Tradisional Merlung, para pedagang di pasar ini melakukan kegiatan dengan sehat. Mereka saling menghormati satu sama lain, mereka percaya bahwa rezeki itu sudah ada yang mengatur jadi tidak perlu merasa iri apalagi menjelekkkan pedagang lain dengan mengatakan yang tidak-tidak, hal ini dapat diperkuat dengan wawancara yang dilakukan peneliti dengan pedagang dan konsumen di Pasar Tradisional Merlung, ibu Ningsih mengatakan: “rezeki itu sudah ada yang atur, percaya saja sama Tuhan yang mengatur semuanya”

Ibu aisah juga mengatakan bahwa: “penjual disini tu sudah saling kenal satu sama lain, kita sudah mejalin silaturahmi sebagai sesama pedagang. Sering bercanda dan berbagi cerita jadi ya tidak pernah itu yang namanya pengen paling laku ataupun menang sendiri, dan menjelekkkan pedagang lainnya gak pernah kayaknya.”

Bapak edi juga berpebdapat bahwa: “rezeki itu gak akan tertukar, gak usah khawatir mereka lebih banyak pembelinya dari kita karena semuaitu sudah diatur sama Allah.”

Selain pedagang peneliti juga mewawancarai beberapa konsumen, ibu norma juga mengatakan: “persaingan pedagang di pasar ini menurut saya sehat dan saya lihat mereka juga menjalin silaturahmi dengan baik sesama pedagang.”

Hal yang sama juga dikatakan oleh ibu yati: “kalo sesama pedagang belum pernah saya mende- ngar dan menemukan mereka menjelakkan antara satu dan lainnya.”

Dari beberapa informasi diatas, peneliti juga melihat bahwa pedagang di Pasar Tradisional Merlng memamng sangat erat hubungannya satu sama lain. Terlihat dari para pedagang saling cerita dan bercanda satu sama lain. Hal tersebut membuktikan bahwa mereka bersaing secara sehat dan benar. Mereka juga percaya bahwa rezeki itu sudah di atur oleh Allah SWT dan tidak akan tertukar, dari hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa persaingan bisnis di Pasar

Tradisional Merlung dilakukan dengan baik dan sehat.

Kendala Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Tradisional Merlung

Faktor-Faktor yang menjadi kendala penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang di Pasar Tradisional. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti di Pasar Tradisional Merlung penerapan Etika Bisnis Islam dipengaruhi dua faktor yaitu:

a. Faktor pengetahuan

Pengetahuan adalah fakta, atau kebenaran informasi yang diperoleh melalui pengalaman atau pembelajaran. Pengetahuan adalah informasi yang diketahui atau disadari oleh seseorang,. Pengetahuan juga diartikan berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pengetahuan terlihat pada seseorang menggunakan akal budinya untuk mengenali benda atau kejadian yang belum pernah dilihat atau dirasakan sebelumnya. Namun kenyataan yang peneliti temui di Pasar Tradisional Merlung masih banyak pedagang yang tidak mengetahui Etika salam jual beli yang benar hal ini diperkuat dari wawancara engan pedagang. Bapak Edi salah satu pedagang pacnign, beliau mengatakan:

“pedagang dipasar ini masih kurang di dalam pengetahuan tentang Etika Bisnis Islam, mereka hanya mementingkan barang yang dijual itu halal dan tidak haram, sehingga masih ada terdapat kecurangan untuk meraup keuntungan banyak.”

Begitu juga yang dikatakan oleh ibu Eli eliau mengatakan: “faktor pengetahuan mungkin jadi salah satu penyebab kurangnya Penerapan Etiks Bisnis Islam di Pasar Tradisional Merlung ini.”

Selain pedagang ada salah satu konsumen di Pasar Tradisional Merlung, bapak Robi mengatakan: “menurut saya kendala utamanya adalah kurangnya pengetahuan akan hukum jual beli dalam Islam, itu sebabnya masih ada yang melakukan kecurangan di dalam berdagang.”

Dari wawancara diatas dapat peneliti simpulkan bahwasanya pengetahuan merupakan kendala para pedagang di Pasar Tradisional Merlung dalam menerapkan Etika Bisnis Islam, sehingga masih ada pedagang-pedagang yang keluar dari pada Etika Bisnis Islam.

b. Faktor Budaya

Budaya adalah keseluruhan suikap dan pola perilaku serta pengetahuan yang meruapakan suatu kebiasaan yang diwariskan dan dimiliki suatu anggota masyarakat tertentu. Budaya mempengaruhi banyak aspek kehidupan, diantaranya agama, adat istiadat, politik, pakaian, bahasa, bangunan, hingga karya seni. Jadi, kebudayaan mertupakan sesuatu yang akan mempengaruhi tingkat pengetahuan dan meliputi gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu sifat abstrak, peneliti melihat faktor budaya juga menjadi kendala Penerapan Etika Bisnis

Islam di Pasar Tradisional Merlung, hal ini juga dikuatkan dengan hasil wawancara peneliti dengan pedagang, ibu Dewi mengatakan:

“dari awal saya berjualan disini memang budaya di Pasar Tradisional Merlung ini begitu, belum ada yang berubah dari dulu.”

Begitu pun juga ibu aisah mengatakan hal yang sama: “sudah hampir 20 tahun saya berjualan disini, budaya pasar ini tidak berubah dari dulu karakter dan watak tidak ada yang berubah, mungkin hanya orangnya saja yang beda.”

Ibu Eka konsumen di Pasar Tradisional Merlung juga mengatkan: “budaya pasar ini tidak ada yang berubah dari dulu baik pedagang maupun pembelinya.”

Dari beberapa wawancara diatas dapat peneliti simpulkan bahwa budaya di Pasar Tradisional Merlung sudah terjadi sejak lama sehingga baik pedagang maupun pembeli sudah memahami hal itu, akan tetapi ada budaya yang tidak baik juga diterapkan di pasar ini seperti kurang baiknya pelayanan pedagang di dalam jual beli.

Pembahasan

Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Tradisional Merlung

Ketidaktahuan pedagang terhadap Etika Bisnis Islam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hampir seluruh pedagang di Pasar Tradisional Merlung tidak memahami apa itu Etika Bisnis Islam. Mereka mengakui secara terbuka bahwa istilah dan konsep tersebut sama sekali asing bagi mereka. Ketidaktahuan ini bukan karena kurangnya niat untuk belajar, melainkan karena latar belakang pendidikan mereka yang sangat terbatas. Sebagian besar pedagang hanya menyelesaikan pendidikan dasar atau bahkan tidak sekolah sama sekali.

Pengetahuan bisnis mereka diperoleh secara turun temurun dari keluarga dan pengalaman langsung berdagang, bukan dari pembelajaran akademis yang terstruktur. Praktik bisnis yang sesuai dengan niali agama Islam meskipun pedagang tidak memahami istilah Etika Bisnis Islam, mereka ternyata menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam aktivitas berjualan mereka sehari-hari. Pedagang konsisten menjual barang-barang yang halal dan tidak pernah mencoba menjual produk yang diharamkan dalam agama Islam. Mereka menjalankan bisnis dengan cara yang jujur dan sesuai dengan ajaran agama mereka, tanpa perlu mengerti teori Etika Bisnis Islam secara formal.

Hal ini menunjukkan bahwa nilai-nilai agama Islam sudah tertanam dalam kesadaran pedagang sejak awal, sehingga membimbing perilaku dan keputusan bisnis mereka. Pengetahuan mengenai halal dan haram, yang merupakan fondasi utama Etika Bisnis Islam, telah dipahami dan dipraktikkan melaluiajaran keluarga dan kehidupan beragama mereka.

Kesenjangan antara pengetahuan formal dan praktik nyata penelitian ini mengungkapkan adanya kesenjangan yang menarik antara teori dan praktik. Disatu sisi pedagang tidak mengenal atau memahami konsep Etika Bisnis Islam sebagai suatu ilmu pengetahuan. Disisi lain mereka secara nyata menerapkan nilai-nilai dan prinsip yang selaras dengan ajaran Islam dalam berbisnis. Mereka berbisnis dengan integritas, kejujuran, dan agama meskipun mereka tidak pernah mempelajari Etika Bisnis Islam secara formal di sekolah atau melalui literatur.

Peran pendidikan agama dalam pembentukan Etika Bisnis ketiadaan pendidikan formal tentang Etika Bisnis Islam dikompensasi oleh pendidikan agama yang kuat dalam kehidupan pribadi dan keluarga mereka. Ajaran Islam yang mereka terima sejak kecil, baik dari keluarga maupun lingkungan komunitas, telah menjadi pegangan utama dalam menjalani kehidupan termasuk dalam berbisnis. Ini menunjukkan bahwa agama Islam memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk perilaku etis pedagang, bahkan tanpa adanya edukasi akademis yang spesifik tentang etika bisnis.

Tanggapan Konsumen Terkait Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Tradisional Merlung

Penerapan Etika Bisnis yang dimaksud disini ialah prinsip etika bisnis menurut AA Hanafi dan Hamid Salim yaitu:

1. Kebenaran

Kebenaran merupakan nilai etika dasar dalam Islam, Allah berbicara tentang kebenaran. Ia memerintahkan seluruh umat muslim harus melihat lurus kedepan dan penuh kebenaran dalam tindakan dan ucapannya, kebenaran adalah kesesuaian antara pernyataan dan kenyataan. Kebenaran dalam prinsip ini bukan hanya mengandung makna kebenaran tetapi juga mengandung unsur kebijakan dan kejujuran. Kebenaran dalam Etika Bisnis Islam yaitu niat, sikap dan perilaku yang benar tanpa ada unsur penipuan dalam menjalankan bisnis untuk memperoleh kesuksesan dan keuntungan.

Maka dari itu pedagang haruslah mempunyai niat yang baik di dalam melakukan bisnis baik itu sesama pedagang maupun kepada pembeli, sehingga tidak terjadi perbuatan yang bathil melanggar hukum Allah di dalam berbisnis Allah berfirman di dalam al-quran:

وَقُلْ جَاءَ الْحَقُّ وَزَهَقَ الْبَاطِلُ إِنَّ الْبَاطِلَ كَانَ زَهُوقًا ﴿١١٢﴾

Artinya: Dan katakanlah, kebenaran telah datang dan yang batil telah lenyap. Sungguh, yang batil itu pasti lenyap. (al isra' [17]:81) 112.

Dilihat dari hasil penelitian diatas dapat peneliti simpulkan bahwasanya para pedagang di Pasar Tradisional Merlung mempunyai niat yang baik dalam berdagang, walaupun mereka tidak mengetahui Etika Bisnis Islam secara keseluruhan akan tetapi niat mereka dalam berdagang memang mencari keuntungan tanpa melanggar aturan-aturan yang Allah tetapkan didalam berdagang, meskipun sebagian

masih melakukan kesalahan seperti tidak tepat dalam takaran timbangan, atau tidak jujur dalam kualitas produk yang mereka tawarkan akan tetapi sebagian besar pedagang di Pasar Tradisional Merlung ini mempunyai niat yang baik untuk berdagang.

2. Kepercayaan

Kepercayaan adalah prinsip dasar lainnya dalam Islam, intisari dari kepercayaan adalah rasa tanggung jawab, rasa memiliki Allah, dan mempertanggung jawabkan dalam setiap tindakannya, tanggung jawab merupakan prinsip yang harus dimiliki oleh setiap manusia dalam melakukan segala hal di dunia ini, termasuk salah satunya sebagai pelaku bisnis. Karena manusia dianjurkan untuk melakukan segala hal sebaik mungkin. Dan segala aspek kehidupan bukan sesuatu yang terbebas dari rasa tanggung jawab. Rasa tanggung jawab harus benar-benar diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari melalui perbuatan.

Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga berlaku. Setelah melaksanakan segala aktivitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, saat ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggung jawaban atas apa yang telah mereka lakukan (pebisnis/pedagang), baik itu pertanggung jawaban kepada Allah SWT maupun pertanggung jawaban kepada pembeli baik itu ketika bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan perjanjian dalam jual beli dan lain sebagainya.

Di dalam Al-Qur'an Allah berfirman yang berbunyi:

رَهِيْنَةً كَسَبَتْ بِمَا نَفْسُ كُلِّ

Artinya : “Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya.: (QS. Al-Muddatstsir [47]: 38)¹

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa para pedagang di Pasar Merlung bisa di kategorikan melakukan pertanggung jawaban atas apa yang mereka dagangkan hal ini diperkuat dengan penepatan janji yang mereka lakukan yang mana para pedaggang di Pasar Tradisional Merlung menepatkan janji dengan pembeli sesuai dengan yang mereka janjikan.

3. Kejujuran

Kejujuran adalah nilai dasar Etika Bisnis Islam, Rasulullah saw menjadikan kejujuran sebagai tombak dalam berniaga sehingga sebagaimana kita ketahui bahwasanya Rasulullah saw merupakan ahli dalam berniaga. Dalam tataran ini beliau bersabda:

¹ Kementrian Agama Ri. Al-Qur'annulkarim. Bandung:Cordoba, 2019. Q.S. Al-Muddatstsir [74]: 38

“Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia menjelaskan aibnya,” (H.R. Al-Quzwani).

Rasulullah sendiri adalah contoh perilaku yang bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di bagian bawah dan barang baru di bagian atas. Kejujuran yang diterapkan oleh Rasulullah ini adalah sebagai perwujudan dari prinsip *customer oriented* pada konteks sekarang, yaitu prinsip bisnis yang elalu menjaga kepuasan pelanggan. Dampak dari prinsip yang diterapkan oleh Rasulullah SAW ini, para pelanggan Rasulullah SAW tidak pernah merasa dirugikan serta tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontak tidak ada yang dimanipulasi atau dikurangi dengan *customer oriented* memberikan ruang pilihan kepada para konsumen atas hak khiyar (meneruskan atau membatalkan transaksi) jika terjadi indikasi penipuan atau konsumen merasa dirugikan. Banyak faktor yang menentukan bahwasanya pedagang tersebut melakukan kejujuran dalam berdagang salah satunya adalah di dalam takaran timbangan hal ini sudah di peringatkan Allah dalam Al-Qur’an SWT bersabda:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا كَانُوا عَلَىٰ لَنَاسٍ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَانُوا لَهُمْ أَوْزَانُهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya : “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”(Q.S. Al-Muthoffifin [83]: 1-3).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan di Pasar Tradisional Merlung kejujuran berjalan semestinya, hal ini diperkuat dengan kualitas barang dan dalam takaran timbangan yang mereka lakukan walaupun ada sebagian yang tidak melakukannya hal tersebut, akan tetapi sebagian besar pedagang di Pasar Tradisional Merlung melakukan prinsip kejujuran didalam melakukan kegiatan bisnisnya.

4. Persaudaraan

Islam mendeklarasikan bahwa setiap orang menjadi saudara bagi sesamanya perbedaan ras, perbedaan warna kulit, kasta dan bahasa bukanlah kriteria yang tepat bagi keadilan dan kenggulan, baik bagi individu maupun kelompok. Persaudaraan bukan hanya terdapat didalam keluarga saja akan tetapi persaudaraan harus dijalankan sesame umat manusia, persaudaraan juga merupakan unsur penting yang tak terpisahkan dalam perekonomian berlandaskan prinsip islami, bahkan merupakan salah satu misinya. Inilah sebabnya bekerja sama sangat dianjurkan berkaitan dengan aktivitas ekonomi syari’ah. Selain itu hendaknya taka da individu yang berniat untuk meraih kesuksesan sendiri tapi memperdulikan saudara-saudarnya. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa sistem perekonomian ini lebih mengutamakan kebersamaan mengingat kodrat manusia sebagai makhluk sosial Allah SWT menciptakan manusia salah satunya agar dapat membawa manfaat bagi sesamanya, saling menjalin persaudaraan, dan menjaga tali

silaturrahmi. Allah berfirman di dalam Al-Qur'an:

﴿ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴾

Artinya : “Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.” (Q.S. Al-hujarat [49]: 10).

Di Pasar Tradisional Merlung persaudaraan terjalin dengan erat baik sesama pedagang maupun pedagang dengan pembeli hal telah terjalin selama bertahun dan diperkuat dengan persaingan sesama bisnis para pedagang di Pasar Tradisional Merlung, dan juga banyak pendatang yang datang ke pasar ini untuk berdagang maupun berbelanja tanpa adanya perselisihan dengan warga lokal.

5. Pengetahuan

Islam mewajibkan umat muslim untuk mencari pengetahuan dan meraih keunggulan didalam bekinerja, pengetahuan merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh umat manusia dan terkhusus umat Islam, karena dengan pengetahuan lah kita mengetahui apa-apa saa yang harus dilakukan didalam kehidupan, seperti etika bisnis pedagang harus mempunyai sedikit pengetahuan yang kita miliki kita bisa menentukan tindakan yang akan kita lakukan didalam kegiatan bisnis kita, didalam Al-Qur'an SWT berfirman:

﴿ دَرَجَاتٍ الْعِلْمِ أُوتُوا وَالَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ اللَّهُ يَرْفَعُ ﴾

Artinya : “Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat (Q.S. Al-mujadalah [83]: 11).

Di Pasar Tradisioanl Merlung pengetahuan akan Etika Bisnis Islam sangat kurang dan kebanyakan dari mereka tidak tahu sama sekali, yang terpenting bagi mereka ialah tidak menjual barang yang haram serta tidak merugikan orang lain, jadi bisa disimpulkan bahwasanya aspek pengetahuan tidak berjalan di Pasar Tradisional Merlung dan aspek pengetahuan menjadi kendala dari tidak terlaksannya penerapan etika bisnia di Pasar Tradisional Merlung.

6. Keadilan

Keadilan merupakan sarana untuk memperlakukan orang lain secara sama, dalam ari semua hak dan kewajiban harus seimbang, prinsip keadilan menggambarkan dimensi kehidupan pribadi yang berifat horizontal. Hal ini disebabkan karena banyak berhubungan dengan manusia. Dalam dunia bisnis prinsip keadilan sangat menentukan bagaimana perilaku kebijakan seseorang dan harus diwujudkan oleh

seorang pelaku bisnis dalam Islam.

Dalam prinsip ini, seorang pedagang hendaknya adil dalam melakukan kegiatan perdagangan. Tidak menipu pembeli, dan tidak berbohong akan barang dagangannya, serta tidak pilih kasih terhadap pelanggannya dengan memperlakukan pembeli secara khusus hanya karena dia merupakan saudara atau pelanggan tetapnya. Seorang pedagang muslim harus senantiasa bersifat adil terhadap setiap pelanggannya. Allah SWT berfirman didalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ
الْأَعْلَىٰ إِغْدُواثَكُمْ وَلَا يُغْدُواثَكُمْ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kami jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al- maidah [5]: 8)

Prinsip keadilan di Pasar Tradisional Merlung dilakukan secara baik oleh pedagang hal ini bisa dilihat dari cara mereka melayani pembeli tanpa ada membedakan diantara pembeli.

Kendala Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang di Pasar Tradisional Merlung

Faktor Pengetahuan

Penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan merupakan kendala utama dalam penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Merlung. Mayoritas pedagang memiliki pemahaman yang terbatas tentang etika jual beli yang benar menurut Islam. Mereka hanya memperhatikan aspek halal dan haram dari barang yang dijual, namun tidak memahami prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam yang lebih menyeluruh.

Akibat dari kurangnya pengetahuan ini adalah masih adanya praktik kecurangan dalam berdagang. Pedagang melakukan kecurangan untuk meraup keuntungan yang lebih besar, padahal hal tersebut jelas bertentangan dengan prinsip Etika Bisnis Islam mencakup tidak hanya jenis barang, tetapi juga cara berbisnis yang jujur, transparan, dan tidak merugikan konsumen.

Penelitian ini membuktikan bahwa kurangnya pengetahuan tentang hukum jual beli dalam Islam secara langsung menyebabkan adanya pelanggaran etika dalam praktik berdagang. Tanpa pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip Islam dalam berbisnis, pedagang tidak bisa membedakan dengan baik mana praktik bisnis yang etis dan mana yang tidak.

Faktor Budaya

Budaya pasar yang mengakar lama merupakan kendala kedua dalam penerapan Etika Bisnis Islam di Pasar Tradisional Merlung. Budaya perdagangan yang telah berjalan selama puluhan tahun sulit untuk diubah karena sudah mejadi kebiasaan yang tertanam dalam kehidupan sehari-hari perdagangan dan konsumen.

Pedagang di pasar ini telah mengikuti pola dan karakter yang sama sejak awal mereka berdagang. Budaya pasar tidak mengalami perubahan signifikan dari dulu hingga sekarang. Bahkan meskipun generasi pedagang berganti, budaya pasar tetap sama tanpa ada perubahan yang berarti. Budaya ini mencakup rasamelayani pembeli, cara berinteraksi, dan cara menjalankan transaksi.

Masalah utamanya adalah bahwa tidak semua budaya pasar ini adalah budaya yang baik. Terdapat perilaku-perilaku negative seperti kurangnya kualitas pelayanan pedagang yang terus berlanjut dan dianggap sebagai hal yang normal. Budaya negatif ini sulit dirubah karena sudah mendarah daging dalam sistem Pasar Tradisional, sehingga baik pedagang maupun konsumen menerima keadaan tersebut apa adanya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik beberapakesimpulan mengenai analisis penerapan Etika Bisnis Islam pada pedagang di Pasar Tradisional Merlung yaitu:

1. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Tradisional Merlung

Belum semua pedagang di Pasar Tradisional Merlung menerapkan Etika Bisnis Islam di dalam berdagang hal ini dapat dilihat dari takaran timbangan yang mana pada takaran timbangan ini pedagang buah-buahan belum melakukan takaran timbangan secara baik. Didala kualitas produk masih ada pedagang yang mencampurkan kualitas bagus dengan kualitas kurang bagus yaitu pada pedagang sayur-sayuran.

2. Tanggapan konsumen terkait Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Tradisional Merlung

Tanggapan konsumen terkait Etika Bisnis Islam pada Pedagang Pasar Tradisional Merlung, rata-rata dari pedgag yang berada di Pasar Tradisional Merlung tidak memahami apa itu Etika Bisnis Islam. Karena rata-rata pedagang di Pasar Merlung ini dulunya tidak bersekolah, yang mereka tahu hanya berdagang untuk mencari penghasilan.

3. Kendala Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Tradisional Merlung

Kendala dari kurangnya penerapan Etika Bisnis di Pasar Tradisional Merlung yaitu faktor pengetahuan dan faktor budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. K. (2021). Teori etika: Review buku karya K. Bertens. Akemedia.
- Havis Aravik, S. H. I. (2023). Pengantar Bisnis Islam: Mengenal Kajian Bisnis dalam Perspektif Islam. Prenada Media.
- Athar, G. A. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara. *Wahana Inovasi: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UISU*, 9(1), 124-134.
- Jannah, N. M., & Aryanti. (n.d.). Etika dalam perspektif filsafat Islam. STAI Darul Dakwah Wal-Irsyad Makassar.
- Juliyah, E. (2016). Etika bisnis dalam perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, 7(1).
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). Al-Qur'anul Karim. Cordoba.
- Maro'ah, S. (2019). Etika dalam bisnis berbasis syariah. CV Revka Prima Media.
- Mursidah, U. (2017). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Muslim, M. (2017). Urgensi Etika Bisnis di Era Global. *Esensi*, 20(2), 148-158.
- Norvadewi. (2015). Bisnis dalam perspektif Islam: Telaah konsep, prinsip, dan landasan normatif. *Al-Tijary: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 33-46. <https://doi.org/10.21093/at.v1i1.420>
- Budi, P. (2019). Etika bisnis suatu pendekatan dan aplikasinya terhadap stakeholders. <https://repository.unitri.ac.id/282/1/Buku%20etika%20bisnis%20Budi%20Prihatminingtyas.pdf>
- Purwandari, E., & Mukmin, A. (2025). Nilai-nilai etika bisnis Islam dalam praktik UMKM dengng pucuk ubi Wak Idah. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 19-28. <https://doi.org/10.33477/eksy.v7i1.9858>
- Rianti, R. (2021). Analisis penerapan prinsip etika bisnis Islam terhadap transaksi jual beli pada marketplace Lazada. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 1-13.
- Sabanity, S., & Martini, R. (2018). Perkembangan pasar tradisional dan keberadaan pasar modern di Kota Palembang. *Jurnal*, 7(1).
- Sari, N. (2018). Praktik pedagang pasar tradisional: Fakta dan solusi penerapan etika bisnis Islami. *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-Undangan dan Pranata Sosial*, 8(1).
- Sembiring, R. (2014). Pengantar bisnis. La Good Publishing.
- Syahputri, T. F., & Suryaningsih, S. A. (2022). Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli sembako di Pasar Kedurus Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1).
- Tiakoly, K., Wahab, A., & Syahrudin. (2019). Penerapan etika bisnis pada usaha pedagang barang campuran di Pasar Tradisional Gamalama. *Jurnal Iqtisaduna*, 5(1).

Widi Winarso, S. (n.d.). Pengantar bisnis. CV AA Rizky.

Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). Pengantar bisnis. CV Insan Cendekia Mandiri.