



Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Melakukan Transaksi Di Pasar Tradisional Studi Kasus Di Pasar Pagi Prumdarn Kota Bengkulu

Rudila Wati¹, Ilka Gusriani Dini²

¹ Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu
Jl. Raden Fatah Pagar Dewa, Kec. Selebar, Kota Bengkulu, Bengkulu 38211, Telepon: (0736) 51276
e-mail: rudilawati3@gmail.com¹, ilkagusriandini11@gmail.com²

ARTICLE INFO

Article history:

Received 28 November 2024

Received in revised form 23 Desember 2024

Accepted 20 Januari 2025

Available online 30 Mei 2025

ABSTRACT

This study aims to find out how Islamic Business Ethics is applied to buying and selling transaction in Prumdarn market, Bengkulu City. The purpose of this study is to explore the understanding and application of Islamic Business Ethics among traders in Traditional markets. The main issue raised was the lack of understanding of traders regarding the principles of Islamic Business Ethics and the challenges they face. The study used a qualitative method with a descriptive approach, involving structured interviews with traders who had at least five years of experience in the Prumdarn Morning Market. The results of the study show that some of the traders have understood the importance of honesty and Amanah in transactions, however there are some traders who are not effective in communicating the quality of the goods they sell, which reflects the lack of awareness of Islamic Business Ethics principles. Therefore, there is a need for better education and socialization to traders about Ethical values which are the foundation in doing business.

Keywords: Islamic Business Ethics, Transactions, Traditional Market

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Etika Bisnis Islam di terapkan pada transaksi jual beli di pasar Pagi Prumdarn, Kota Bengkulu. Tujuan dari penelitian ini untuk mengeksplorasi pemahaman dan penerapan Etika Bisnis Islam di kalangan pedagang di pasar Tradisional. Masalah utama yang diangkat adalah kurangnya pemahaman pedagang mengenai prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam dan tantangan yang mereka hadapi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melibatkan wawancara terstruktur dengan pedagang yang memiliki pengalaman minimal lima tahun di Pasar Pagi Prumdarn. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian pedagang sudah memahami pentingnya kejujuran dan Amanah dalam transaksi, namun terdapat beberapa pedagang yang tidak efektif dalam memberitahukan kualitas barang yang mereka jual, yang mencerminkan kurangnya kesadaran akan prinsip Etika Bisnis Islam. Maka, di perlukan edukasi dan sosialisasi yang lebih baik kepada pedagang tentang nilai-nilai Etika yang menjadi landasan dalam berbisnis.

Kata Kunci: Etika Bisnis Islam, Transaksi, Pasar Tradisional

Received 28 November, 2024; Revised 23 Desember, 2024; Accepted 20 Januari, 2025

1. PENDAHULUAN

Etika Bisnis Islam terdiri dari berbagai bentuk tindakan bisnis yang tidak dibatasi oleh jumlah kepemilikan, tetapi cara memperoleh dan memanfaatkan harta tersebut [1]. Etika juga mencakup studi tentang bagaimana seseorang bertindak sesuai dengan moral dan etika mereka, oleh karena itu penting bagi setiap orang terlibat dalam aktivitas ekonomi, termasuk pedagang di pasar yang melakukan Transaksi jual beli. Transaksi adalah suatu kejadian ekonomi yang melibatkan minimal dua pihak yang mana keduanya akan saling melakukan kegiatan pertukaran, dan melibatkan diri dalam suatu kegiatan pertukaran atas dasar suka sama suka berdasarkan ketetapan hukum [2]. Penting bagi para pelaku bisnis untuk memasukkan elemen moral ke dalam operasi mereka, seperti yang dilakukan Nabi Muhammad SAW dalam hal kejujuran, sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara ayat 181–183 dengan makna ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT telah menganjurkan kepada seluruh umat manusia untuk berlaku jujur dalam menimbang, menakar, dan mengukur barang [3].

Dalam penelitian sebelumnya penerapan Etika Bisnis yang beragam menunjukkan bahwa pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam di kalangan pedagang di pasar tradisional bervariasi. **Pertama**, Penelitian yang dilakukan oleh [4], [5], [6] menunjukkan bahwa pedagang masih kurang memahami prinsip-prinsip dan aspek penting dari etika dalam berbisnis. **Kedua**, penelitian menurut [3], [5], [7] mereka mengatakan bahwa salah satu prinsip etika dalam berbisnis yang benar untuk diterapkan adalah tanggung jawab. **Ketiga**, penelitian menurut [8], [9] menunjukkan perlunya edukasi dan sosialisasi mengenai etika bisnis Islam kepada pedagang untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan dalam transaksi jual beli dengan lebih baik. **Keempat**, menurut [10], [11] menunjukkan bahwa dalam menerapkan etika bisnis Islam banyak berbagai kendala yang masih terjadi, seperti ketidaktahuan tentang prinsip-prinsip etika, tekanan untuk bersaing, dan praktik-praktik curang.

Penerapan Etika Bisnis Islam di kalangan pedagang di pasar Tradisional menunjukkan adanya kesenjangan dalam pemahaman dan implementasinya, termasuk tanggung jawab yang merupakan salah satu prinsip penting dalam berbisnis tetapi, banyak pedagang masih kurang memahami prinsip-prinsip dasar Etika Bisnis Islam. Kesenjangan ini menciptakan tantangan bagi pedagang untuk menerapkan nilai-nilai etika yang seharusnya menjadi landasan dalam kegiatan bisnis mereka. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih sistematis kepada pedagang tentang pentingnya Etika Bisnis Islam serta membangun kesadaran akan konsekuensi dari praktik bisnis yang tidak etis. Dengan mengatasi kesenjangan ini, diharapkan pedagang dapat beroperasi dengan lebih baik dan sesuai dengan ajaran Islam, sehingga menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih adil dan berkelanjutan.

Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu proses penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi jual beli di Pasar Tradisional terutama di pasar Pagi Prumdak Kota Bengkulu, dimana para pedagang tersebut dapat memahami Etika Bisnis sesuai dengan ajaran Islam, sehingga implementasinya dapat dilakukan dengan konsisten agar penerapan Etika Bisnis Islam memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat Transaksi jual beli. Untuk lebih jelasnya, maka penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut: (1) Bagaimana pemahaman pedagang di Pasar Tradisional tentang Etika Bisnis Islam? (2) Tantangan apa saja yang dihadapi pedagang selama menerapkan Etika Bisnis dalam Transaksi di Pasar Tradisional? karena pada dasarnya banyak pedagang di pasar belum sepenuhnya mengetahui dan menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam praktek mereka terutama dalam aspek tanggung jawab dan kejujuran serta bertujuan untuk menggali perilaku pedagang di Pasar Tradisional dalam konteks Etika Bisnis Islam dan bagaimana perilaku ini dapat berdampak pada hubungan dengan konsumen.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. ETIKA BISNIS ISLAM

a. Pengertian Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani yang berarti karakter, kebiasaan atau sekumpulan perilaku moral yang diterima secara luas. Etika menunjukkan dasar karakter individu untuk melakukan hal-hal yang baik, aturan sosial yang membatasi seseorang atas sesuatu yang benar dan salah yang dikenal juga dengan istilah moralitas. Etika Bisnis Islam adalah sejumlah perilaku dalam berbisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang baik adalah perilaku yang mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya, Etika Bisnis Islam sudah banyak dibahas di berbagai literatur yang sumber utamanya adalah al-Quran. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis dimasa yang akan datang [12]. Tujuan dari etika adalah untuk membantu individu dalam bertindak dan bertanggung jawab dari segala tindakan yang mereka lakukan [13].

b. Teori Etika

Selain pengalaman dan informasi etika yang diperoleh dari berbagai sumber, pelaku usaha dapat memperoleh pengetahuan etika melalui teori etika.

1. Etika Deontologi, Menurut teori ini prinsip moral bersifat mengikat bagaimanapun akibatnya. Teori ini menekankan kewajiban sebagai tolak ukur penilaian baik dan buruknya perbuatan manusia.
2. Etika Telologi, Teori ini mengukur baik buruknya suatu tindakan yang ingin dicapai dengan tindakan tersebut, atau berdasarkan konsekuensi yang timbul dari tindakan itu.
3. Etika Hak, Mempunyai sifat dasar dan asasi sehingga, hak ini tidak dapat dicabut karena sudah ada sejak manusia itu tiada, tidak tergantung dari persetujuan orang lain, dan bagian dari estensi manusia di dunia.
4. Etika Keutamaan, Etika ini mengutamakan Pembangunan karakter moral pada setiap orang, bukan muncul dalam bentuk larangan atau perintah, namun dalam bentuk teladan yang nyata di peraktekkan oleh Masyarakat.

c. Etika Bisnis Dalam Pasar

Beberapa etika yang harus diperhatikan oleh penjual maupun pembeli dalam melakukan transaksi, meliputi:

1. Tawar menawar, dalam ekonomi perdagangan Islam adanya larangan mencampuri penawaran yang telah dilakukan sebelumnya.
2. Khiyar, Dalam Islam jual beli diperbolehkan memilih apakah akan meneruskan jual beli atau membatalkannya.
3. Menghindari Jual Beli yang diragukan kehalalannya, Allah SWT telah menjelaskan bahwa menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, namun jual beli yang benar yaitu atas dasar suka sama suka tidak ada unsur pemaksaan.

Ikhtikar (penimbunan), yaitu menimbun atau menyimpan barang dalam jangka waktu yang lama sehingga menjadikan barang tersebut Langka dan harganya menjadi mahal.

2.2. TRANSAKSI

Transaksi yaitu salah satu aspek mu'alahah yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sebagai sarana dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Transaksi atau jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang atas dasar suka sama suka diantara kedua belah pihak.[14]. Dalam Transaksi, terdapat akad yang mempertemukan antara ijab dan qabul. Tujuan akad adalah untuk memindahkan kepemilikan dari penjual ke pembeli, mengikat kedua belah pihak dari hak-hak yang telah disepakati, memastikan transaksi berjalan sesuai syariat Islam. Apabila rukun dan syarat Transaksi tidak terpenuhi maka dianggap tidak sah, bentuk Transaksi jual beli yang dimaksud, seperti membeli barang dengan harga yang lebih, mahal dari harga di pasar, membeli barang dengan tujuan untuk ditimbun, dan menjual barang yang bukan atau belum menjadi miliknya [4].

2.3. PASAR

a) Pengertian Pasar Tradisional

Pasar dalam artian sempit adalah tempat permintaan dan penawaran saling bertemu. Sedangkan dalam arti luas adalah proses transaksi antara permintaan dan penawaran. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi secara langsung, bangunan pasar biasanya terdiri dari los dan dasaran terbuka yang dibuat oleh penjual dan pengelola pasar. Dan yang dijual dalam pasar adalah kebutuhan sehari-hari, seperti bahan makanan berupa, sayur-sayuran, ikan, ayam, beras, pakaian, barang elektronik, dan lain-lain. Pasar juga diartikan sebagai Kumpulan pembeli baik pembeli nyata maupun potensial atas produk atau jasa tertentu, sedangkan Pasar Tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dan melakukan proses tawar menawar [4].

b) Fungsi Pasar

Fungsi pasar secara umum yaitu sebagai tempat distribusi, penetapan nilai, dan pembentukan harga. Menurut Bromley pasar tradisional di negara Asia beralokasikan di pedesaan, bahkan dapat diketahui bahwa eksistensi pasar tradisional terletak pada modal sosial terdiri dari norma, kepercayaan, dan tawar menawar [13]. Adapun tiga fungsi pasar yang harus dijalankan antara lain :

1. Pasar berfungsi sebagai distribusi yang berperan untuk penyaluran barang atau jasa dari produsen kepada konsumen melalui proses transaksi jual beli.

2. Tempat pembentukan harga penjual yang melakukan penawaran barang dan pembeli atas barang yang diperlukan melalui proses jual beli dengan kesepakatan harga terlebih dahulu.
3. Berfungsi sebagai tempat untuk promosi, dimana pasar digunakan untuk memperkenalkan suatu produk yang baru dari penjual kepada pembeli.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif seringkali menonjolkan perspektif subjek, proses dan makna dari penelitian tersebut dengan menggunakan landasan teori-teori sebagai payung dan atau pendukung agar sesuai dengan fakta-fakta di lapangan [15]. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang terjadi pada saat sekarang dimana peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian untuk selanjutnya didiskripsikan [16].

Penelitian ini dilakukan di Pasar pagi Prumdum, kelurahan Kandang Mas, Kecamatan Kampung Melayu, Kota Bengkulu. Lokasi ini dipilih karena pasar Pagi Prumdum adalah pasar utama disekitaran kawasan Prumdum dan Kandang Mas. Pasar pagi Prumdum ini sudah berdiri sudah lumayan lama dengan jumlah pedagang sekitar 30 orang, dalam pasar ini terdapat berbagai jenis dagangan seperti pasar pada umumnya berupa, sayur-sayuran, ikan, ayam, manisan, pakaian dan lain-lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi Etika Bisnis pada pedagang yang sesuai dengan syariat Islam dalam melakukan proses Transaksi jual beli. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dengan teknik pengumpulan data melalui teknik wawancara. Sumber data primer adalah data yang diperoleh melalui pengamatan secara langsung dengan responden. Wawancara adalah teknik untuk memperoleh informasi melalui interaksi secara verbal, dalam penelitian ini teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur, dimana peneliti menyediakan pertanyaan sebelumnya dengan tujuan memperoleh informasi yang akurat.

Obyek dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar Pagi Prumdum Kota Bengkulu yang melakukan proses Transaksi jual beli. Penelitian ini melibatkan 6 orang reponden dari pedagang berdasarkan, nama, jenis usaha, lama usaha minimal lima tahun, dan umur pedagang berdasarkan hasil wawancara. Alasan peneliti menjadikan sumber wawancara karena penjual atau pedagang tersebut sudah lama berjualan di pasar Pagi Prumdum Kota Bengkulu.

Tabel 1. Informasi sumber data penelitian

No.	Nama	Jenis Usaha	Lama Usaha	Umur
1.	Marliana	Manisan	14 tahun	47 tahun
2.	Edi	Pedagang Telor	7 tahun	34 tahun
3.	Jumlah	Pedagang Gulai	9 tahun	54 tahun
4.	Agnis	Pedagang Sayur	10 tahun	34 tahun
5.	Riski	Pedagan Ikan	4 tahun	27 tahun
6.	Lisdiarto	Pedagang Bumbu	16 tahun	49 tahun

Sumber: Data Primer

Penelitian ini menggunakan teknik *puposive sampling* bertujuan untuk menentukan sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti. Hal ini biasanya dilakukan untuk mempertimbangkan sample berdasarkan pedagang lama, komoditas barang dagangan, dan pembeli tetap.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan data lapangan dengan model Miles dan Huberman, berupa:

- a. Reduksi Data, yang berarti merangkum hal-hal yang penting, mencari tema dan pola. Dengan demikian memudahkan peneliti memperoleh ringkasan data dan gambaran yang jelas serta memudahkan peneliti mengumpulkan data selanjutnya.
- b. Penyajian Data, Setelah data di reduksi selanjutnya mendisplay data melalui penyajian data, data diorganisasikan, disusun dalam satu pola agar mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif seperti dalam bentuk bagan, uraian singkat, hubungan antar kategori dalam suatu *flowchart* dan lain-lain.
- c. *Conclusion Drawing/Verification*, langkah ketiga menurut Miles dan Huberman adalah menyimpulkan dan memverifikasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Etika Bisnis Islam di Pasar Pagi Prumdum Kota Bengkulu, berdasarkan wawancara dengan pedagang ada beberapa hal yang di perlu diperhatikan dalam proses transaksi jual beli.

1. Jujur dan Amanah

Untuk mengetahui Etika Bisnis Islam pedagang dapat kita lihat dari indikator jujur, maka peneliti membuat pertanyaan sebagai berikut:

a. Apakah anda memberitahukan kepada pembeli tentang kualitas barang dagangan yang di pasarkan ?

Dari 6 informan, ada 4 informan yang menyatakan bahwa mereka memberitahukan kualitas barang dagangan yang di tawarkan yaitu pedagang ikan. Dimana salah satunya, pak Riski dan pak Dede selaku pedagang ikan beliau menyebutkan kualitas kesegaran dari ikan yang dia jual kepada para pembeli, namun berbeda dengan Ibu Nisa dan Pak Indra mereka tidak menyebutkan kualitas barang dagangan mereka apabila pembeli tidak menanyakannya. Selanjutnya, menurut Ibu Dian sebagai pedagang seharusnya kita harus berlaku baik terhadap pembeli dalam menawarkan dan menjekaskan kualitas ikan yang kita pasarkan kepada pembeli, dimana ikan tersebut baru kita tangkap atau ambil dari tempat pelelangan ikan di hari itu atau ikan yang kemarennya. Hal ini merupakan salah satu prinsip dasar dari Etika Bisnis Islam dalam hal kejujuran, selanjutnya jika ada pembeli yang memesan ikan atau barang dagangan maka kita tidak boleh ingkar terhadap pesanan tersebut dan harus memberikan ikan tersebut sesuai dengan pesanan sesuai dengan amanah dari pembeli.

b. Jika ada kecacatan pada dagangan anda, bagaimana cara anda memberitahukan kepada pembeli tentang kekurangan pada dagangan anda ?

Sebagai pedagang ikan yang beroperasi di pasar Tradisional, transparansi adalah prinsip utama dalam berinteraksi dengan pembeli, Pak Riski dan Pak Dede menginformasikan kesegaran ikannya kepada pembeli dan menjelaskan kerusakan serta memberikan pilihan kepada pembeli untuk menerima ikan dengan harga yang di tetapkan atau memilih produk lain yang lebih baik. Dari keenam pedagang ikan di atas dapat disimpulkan bahwa meskipun terdapat perbedaan dalam komonikasi, prinsip dasarnya tetap sama yaitu transparansi dan kejujuran untuk meningkatkan pangsa pasar dan keuntungan yang berkelanjutan. Dan mampu menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui informasi yang jelas.

2. Keadilan Dalam Bisnis

Untuk mengetahui Indikator Adil peneliti membuat pertanyaan sebagai berikut:

a. Apakah penetapan harga disama ratakan kepada semua pembeli ?

Untuk penetapan harga ada beberapa pedagang yang tidak menyamaratakan harga kepada pembeli Ibu Agnis mengatakan bahwa, dalam kegiatan perdagangan sayur di pasar tradisional, penetapan harga biasanya tidak disamakan untuk semua pembeli. Harga sayur sering kali dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti volume pembelian, jenis pelanggan, dan hubungan jangka panjang dengan pembeli. Misalnya, pembeli yang membeli dalam jumlah besar atau secara rutin biasanya akan diberikan potongan harga sebagai bentuk apresiasi atau sebagai insentif untuk meningkatkan loyalitas mereka. Selain itu, pada saat harga pasar sayur mengalami fluktuasi, saya sering menyesuaikan harga berdasarkan stok yang tersedia. Meskipun demikian, untuk pembeli yang membeli dalam jumlah kecil, harga biasanya tetap sesuai dengan harga pasar yang berlaku saat itu. Sedangkan bagi Ibu Lili, ia mengatakan bahwa harus menyamaratakan harga yang ditawarkan kepada pembeli dan juga harga yang sudah ditetapkan harus tetap disama ratakan dengan pembeli yang lain agar tidak ada unsur ketidakadilan.

b. Apakah saat pembelian barang dagangan di dasari dasar suka sama suka ?

Dalam hal sikap suka sama antara pedagang dan pembeli, seluruh pedagang ikan menyatakan bahwa antara pembeli dan pedagang selalu didasari sikap suka sama suka. Pada dasarnya, segala kegiatan bisnis harus dilakukan dengan kerelaan pihak yang ada di dalamnya. Namun tidak menutup kemungkinan transaksi lebih didasari oleh kesepakatan harga yang sudah ditentukan sebelumnya. Dengan demikian, meskipun ada elemen kebebasan dalam memilih barang, faktor harga dan kebijakan penjual menjadi aspek utama dalam transaksi tersebut, karena di pasar Tradisional terdapat ruang untuk bernegosiasi yang lebih luas dibandingkan dengan dengan penjualan di supermarket karena harga yang tertera adalah harga yang harus diterima oleh pembeli, sehingga transaksi lebih didasari oleh kesepakatan harga yang sudah ditentukan sebelumnya.

3. Bersikap Ramah dalam melakukan aktivitas Bisnis

a. Jika pembeli menawar dagangan anda dengan harga yang rendah dari yang anda tawarkan, bagaimana sikap anda?

Bapak Lisdiarto menyatakan sebagai pedagang bumbu di pasar tradisional, sering berhadapan dengan pembeli yang mencoba menawar dengan harga yang lebih rendah dari yang saya tawarkan. Biasanya, saya menghadapi situasi ini dengan sikap terbuka, karena tawar-menawar adalah bagian dari budaya pasar tradisional. Ketika pembeli menawar dengan harga yang lebih rendah, saya akan mencoba untuk memahami alasan di balik tawaran mereka. Jika pembeli membeli dalam jumlah besar atau menjadi pelanggan tetap, saya mungkin akan memberikan diskon kecil untuk mempertahankan hubungan bisnis. Namun, jika harga yang mereka tawarkan terlalu rendah, saya akan menjelaskan bahwa harga yang saya pasarkan sudah mencerminkan kualitas bumbu dan biaya operasional yang saya tanggung.

Sedangkan Pak Ari sebagai penjual bumbu yang sering mengantar bumbu di pasar grosir dan supermarket modern, harga yang ditawarkan sudah ditentukan oleh manajemen dan tidak bisa dinegosiasikan. ketika ada pembeli yang mencoba menawar harga lebih rendah, saya akan dengan sopan menjelaskan bahwa harga tersebut adalah harga tetap yang berlaku di supermarket dan sudah sesuai dengan kebijakan harga yang diterapkan. Saya akan memberikan informasi mengenai kualitas produk dan kelebihan dari bumbu yang saya jual, tetapi saya tidak dapat menurunkan harga. Jika pembeli merasa harga terlalu tinggi, saya akan menyarankan mereka untuk mencari produk lain yang mungkin lebih sesuai dengan anggaran mereka atau memberi tahu tentang promosi dan diskon yang sedang berlaku. Meskipun tidak ada ruang untuk tawar-menawar harga, saya tetap berusaha memberikan pelayanan yang ramah dan informatif.

4.2 Pembahasan

Pemahaman pedagang di pasar tradisional tentang Etika Eisnis Islam

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 2 oktober terhadap para pedagang di Pasar Pagi Prumdum Koto Bengkulu, menunjukkan beberapa temuan mengenai penerapan etika bisnis yakni, pemahaman pedagang terhadap tantangan etika bisnis yang bervariasi terhadap prinsip etika bisnis islam, beberapa pedagang sudah ada yang menyadari pentingnya kejujuran dan tanggung jawab dalam proses transaksi. Namun, masih terdapat pedagang yang belum memahami konsep etika bisnis islam yang benar, sehingga menyebabkan kendala bagi para pedagang dalam bersaing yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam berbisnis, termasuk kejujuran dalam memenuhi kualitas barang dagangan mereka dan tanggung jawab yang di tampilkan secara transparan terhadap konsumen.

Etika Bisnis Islam bertujuan mengajarkan manusia untuk menjalin kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan diri dari rasa dengki yang dapat menimbulkan perselisihan yang tidak sesuai dengan syariah islam . Etika Bisnis Islam berfungsi sebagai pengatur aktivitas ekonomi, karena berdasarkan pada nalar dan ilmu agama dalam menilai hal baik, buruk, dan pihak yang terzalimi serta menzalimi [11]. Etika Bisnis Islam ini harus dimiliki setiap individu yang melakukan kegiatan ekonomi baik bagi seorang pembisnis maupun pedagang yang melakukan kegiatan ekonomi, terutama pedagang di Pasar Tradisional Prumdum Kota Bengkulu. Prinsip yang dimaksudkan dalam hal ini yaitu kejujuran, persaudaraan, dan keadilan, dimana Rasulullah SAW menjadikan kejujuran sebagai tombak dalam berniaga ,salah satu contoh kejujuran yang diterapkan oleh-Nya adalah perwujudan dari prinsip *customer oriented* pada saat ini, yaitu prinsip yang selalu menjaga kepuasan pelanggan.

Dalam hal persaudaraan tidak hanya dalam keluarga tetapi, dapat di jalankan antar sesama manusia tak terkecuali dalam berbisnis dapat menciptakan tali persaudaraan, yang merupakan bagian dari unsur prinsip perekonomian, di pasar Pagi Prumdum Kota Bengkulu persaudaraannya terjalin dengan baik antar sesama pedagang dan pelanggan, dan sering juga pedagang dari luar masyarakat sekitaran Prumdum dan Kandang Mas yang berjualan maupun berbelanja disana tanpa adanya perselisihan terhadap pedagang lama disana. Sedangkan untuk keadilan dalam dunia bisnis sangat menentukan perilaku seseorang dan di wujudkan dengan pelaku bisnis dalam islam, dimana pedagang harus adil dalam melakukan kegiatan perdagangan, tidak menipu kekurangan dan kelebihan dari barang dagangan yang akan di pasarkan, dan tidak membedakan perilaku terhadap pelanggan dan pembeli yang baru.

Tantangan pedagang selama menerapkan Etika Bisnis dalam transaksi di Pasar Tradisional

Etika Bisnis di pasar Tradisional khususnya di Pasar Pagi Prumdum Kota Bengkulu menghadapi berbagai tantangan yang berkaitan dengan pemahaman untuk meningkatkan penerapan Etika Bisnis Islam. Pedagang, penting sekali mendapatkan edukasi serta dukungan yang baik agar mereka dapat beroperasi dengan lebih baik dan juga sesuai dengan syariat Islam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar Pagi Prumdum Kota Bengkulu terdapat beberapa tantangan yang di hadapi pedagang. Pertama, kurangnya pemahaman pedagang terhadap prinsip dasar Etika Bisnis Islam, seperti kejujuran dan tanggung jawab. Pengaturan etika bisnis oleh Islam disebabkan karena Islam sangat mempedulikan kemaslahatan umat

manusia dengan mengkaji efek-efek negatif yang akan ditimbulkan dari jual beli yang dilarang oleh Islam [17]. Manfaat yang didapatkan pedagang dari penerapan Etika Bisnis Islam tersebut dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan menciptakan hubungan yang baik dengan pelanggan dan masyarakat yang terlibat.

Kedua, Pedagang sering juga menghadapi tekanan untuk bersaing yang dapat mendorong mereka untuk mengabaikan prinsip etika demi keuntungan jangka pendek, hal ini termasuk kedalam praktek curang dan ketidakjujuran dalam berbisnis. Adapun tantangan lain dalam memenuhi standar kualitas barang dagangan, mereka terpaksa mengorbankan kualitas barang dagangan demi menjual dengan harga yang lebih kompetitif. Salah satu cara untuk mendapatkan keuntungan mereka harus pandai dalam mengelola usahanya, salah satunya dengan melakukan pencatatan terhadap barang dan hasil penjualannya, kemudian penjual dapat memberikan informasi yang jelas terhadap barang dagangan mereka yang mengutamakan kepuasan pelanggan, dengan melakukan pencatatan tersebut dapat menjadikan usaha menjadi lebih berkembang [3]. Menurut Kotler, P & Armstrong, G (2018) bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan sebagai salah satu strategi untuk mendapatkan respon yang positif dalam capaian sasaran pasar [18].

Ketiga, tantangan lingkungan bisnis dimana persaingan yang cukup ketat antar pasar Tradisional, persaingan harga mulai dari diskon besar besaran untuk mendapatkan pangsa pasar, dan berkembangnya *e-commerce* saat ini yang tidak dapat dibendung dengan berbagai penawaran yang mereka berikan sehingga menyebabkan menurunnya pendapatan bagi pedagang di pasar Tradisional [19]. Untuk meningkatkan posisi pasar Tradisional, diperlukan upaya dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen, pedagang harus mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan dari konsumen dalam memilih produk yang akan mereka beli. Hal ini, karena di pasar Tradisional menawarkan berbagai jenis produk dengan harga yang terjangkau, namun pedagang di pasar tradisional harus berjuang untuk mempertahankan pelanggan mereka di Tengah persaingan bisnis yang semakin ketat [20].

5. KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji penerapan Etika Bisnis Islam di kalangan pedagang Pasar Pagi Prumdum, Kota Bengkulu yang fokus pada pemahaman dan tantangan yang dihadapi pedagang dalam transaksi jual beli. Hasil dari wawancara menunjukkan pemahaman pedagang tentang etika Bisnis Islam yang bervariasi. Beberapa pedagang telah menyadari pentingnya prinsip seperti kejujuran dan tanggung jawab, namun masih ada beberapa pedagang tentang konsep Etika Bisnis Islam yang mendalam, kesenjangan ini menciptakan tantangan bagi pedagang dalam bersaing dan mempengaruhi keputusan mereka dalam berbisnis, termasuk dalam segi kualitas barang dan transparansi kepada konsumen, maka untuk meningkatkan kesadaran pedagang akan nilai-nilai Etika Bisnis Islam agar dapat menerapkannya secara konsisten.

Tantangan utama yang dihadapi oleh pedagang adalah kurangnya pengetahuan tentang prinsip Etika Bisnis Islam dan tekanan dalam bersaing secara tidak sehat. Beberapa pedagang merasa terpaksa mengambil jalan pintas demi keuntungan jangka pendek, sehingga mengakibatkan nilai-nilai etika yang seharusnya menjadi landasan dalam berbisnis. Penelitian ini mengarisbawahi perlunya edukasi mengenai Etika Bisnis Islam kepada pedagang, agar dapat di pahami dan diterapkan dengan lebih baik. Dengan pendekatan yang sistematis, diharapkan pedagang dapat beroperasi sesuai dengan syariat islam, dengan menciptakan lingkungan perdagangan yang lebih adil dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, dalam penelitian ini menekankan bahwa penerapan Etika Bisnis Islam penting menciptakan praktek bisnis yang berkelanjutan di pasar Tradisional, dengan meningkatkan kualitas layanan mereka dan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Penelitian ini merekomendasikan adanya program pelatihan yang fokus pada penguatan nilai-nilai etika dalam berbisnis, sehingga para pedagang dapat lebih siap menghadapi tantangan dan berkontribusi pada perkembangan ekonomi lokal yang lebih sehat. Implementasi etika bisnis Islam diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi semua pihak yang terlibat dalam transaksi di pasar Tradisional.

SARAN

Penelitian selanjutnya sebaiknya fokus pada edukasi yang berkelanjutan bagi pedagang mengenai prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam, dengan melibatkan lembaga pendidikan, pemerintah lokal atau memberikan pelatihan dan workshop yang lebih mendalam. Selanjutnya, dapat melakukan studi perbandingan antara pasar Tradisional yang lain di daerah yang berbeda untuk memberikan wawasan dan gambaran yang lebih luas tentang penerapan Etika Bisnis Islam dan tantangan yang dihadapi oleh pedagang

di daerah lainnya, mengeksplorasi dampak penerapan Etika Bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Teknologi yang berkembang saat ini dapat digunakan untuk mengeksplorasi teknologi yang dapat digunakan untuk meningkatkan transparansi dalam transaksi dan mempromosikan praktek bisnis yang etis di kalangan pedagang.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yulis, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam," Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.
- [2] S. Mutmainah and T. S. Novia, "Analisis Transaksi Keuangan Perdagangan Secara Online Di Cv.Nyai," *World Financ. Adm. J.*, vol. 4, no. 2, pp. 84–89, 2022, doi: 10.37950/wfaj.v4i2.1500.
- [3] W. T. Kanaya, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pasar Baru Desa Sukapura Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan)," pp. 3–5, 2021.
- [4] A. Aprianto, A. E. Zahara, and A. P. Hafiz, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Ikan Di Pasar Angso Duo Jambi," *J. Ilm. ...*, vol. 2, no. 3, pp. 186–201, 2024, [Online]. Available: <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/1120>
- [5] A. Hidayat and R. Maulana, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Pedagang Menurut Perspektif Islam di Pasar Cendrawasih Kota Metro Sahrul Irza Anamsyah Instistut Agama Islam Negeri Metro," *Bisnis dan Akunt.*, vol. 2, no. 2, pp. 15–26, 2023, [Online]. Available: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine->
- [6] A. Wati, A. Paramansyah, and D. Damayanthi, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli:," *El-Mal J. Kaji. Ekon. Bisnis Islam*, vol. 1, no. 2, pp. 184–200, 2020, doi: 10.47467/elmal.v1i2.344.
- [7] U. Mursidah, "Penerapan etika Bisnis dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradional (Studi Pada Pasar Betung kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)," UniversitasS Islam Negeri Raden Intan Lampung 1439 H/2017 M, 2017.
- [8] Muthaimanah, "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Peunayong Banda Aceh," Universitas Islam NegeriI Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.
- [9] M. M. Ikhsan, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pedagang Di Pasar Tradisional Di Desa Sidomulyo Kecamatan Tungkal Ilir Sumatera Selatan Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Skripsi*, 2021.
- [10] G. A. Athar, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Di Pasar Tradisional Di Kota Binjai Sumatera Utara," *Wahana Inov.*, vol. 9, no. 1, p. 124, 2020.
- [11] R. Heriawan, "Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Rebo Purwakarta," vol. 1, no. 6, 2023.
- [12] F. Amalia, "Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil," *Al-Iqtishad J. Islam. Econ.*, vol. 6, no. 1, 2014, doi: 10.15408/ijies.v6i1.1373.
- [13] I. R. Athala and A. Ahmad, "Implementasi Etika Bisnis Islam Di Kalangan Pedagang Pada Pasar Tradisional Kota Serbalewan," *Al-Multazam*, vol. 3, no. 2, pp. 1–17, 2023.
- [14] H. Cahyanti, M. Lutfi, M. Luthfiah, P. Studi Ekonomi Syariah, and F. Ekonomi dan Bisnis, "Penerapan Etika Bisnis Dalam Melakukan Transaksi Penjualan Di Pasar Tradisional Sekampung Menurut Perspektif Etika Ekonomi Islam," *Trending J. Ekon. Akunt. dan Manaj.*, vol. 1, no. 2, pp. 223–238, 2023.
- [15] F. R. Fiantika and D. Wasil, Mohammad, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jl. Pasir Sebelah No. 30 RT 002 RW 001 Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Koto Tangah Padang Sumatera Barat: Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- [16] S. Margareta, "Hubungan Pelaksanaan Sistem Kearsipan Dengan Efektifitas Pengambilan Keputusan Pimpinan : Study deskriptif analisis kuantitatif di Sub Bagian Kepegawaian dan Umum Lingkungan Kantor Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat," *Repos. Upi*, pp. 40–50, 2013.
- [17] F. Amini, "Penerapan Etika Bisnis Pada Pedagang Pasar Selasa Kecamatan Mungka Kabupaten Lima Puluh Kota Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah," Universitas Islam NegeriI Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.
- [18] R. R. Alfia Putri Wulandari, Zaenal Arifin, "Implementasi Strategi Marketing Mix Dan Word Of Mouth pada usaha produk olahan aci cihud," *J. Ekon. syariah*, vol. 7, 2024.
- [19] N. L. Rahmania, "Strategi Bersaing Pasar Tradisional di Era Digital (Studi pada Pasar Warujayeng Tanjunganom Nganjuk)," 2023.
- [20] Eko Budi Satoo and E. Alll, "Strategi Pemasaran Pada Bulan Ramadan:Pembelajaran Dari Pedagang Pasar Tradisional," 2023.