



Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli pada Pedagang di Pasar Pagesangan Mataram

¹Ahmad Hulaimi, ²Abd. Hafiz, ²Asmawati Juma

^{1,3}Ekonomi Syariah, Universitas Muhammdiyah Mataram, Indonesia

²Administrasi Bisnis/Fisipol, Universitas Muhammdiyah Mataram

hulaimilenbe@yahoo.com¹, asmawatijuma30@gmail.com²

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 25-06-2024
Revised : 02-08-2024
Accepted : 14-08-2024
Online : 02-09-2024

Keywords:

*Islamic Business Ethics;
Selling;
Merchant.*

Kata Kunci:

*Etika Bisnis Islam;
Jual Beli;
Pedagang.*



ABSTRACT

Abstract: *The high number of market demand for needs makes businesses increase, but many of them do not fully understand Islamic business ethics in buying and selling transactions. This study aims to find out and analyze the application of Islamic business ethics in buying and selling transactions of traders in the Pagesangan Market, Mataram. The research method used is a descriptive qualitative method. The techniques used in collecting research data are using observation, interviews, and documentation. The results of this study state that the application of Islamic business ethics in buying and selling transactions at traders at the Pagesangan Market in Mataram. The results of this study show that traders in the Pagesangan traditional market do not fully understand Islamic business ethics. So that the application of Islamic business ethics to traders in buying and selling transactions in the traditional market of Pagesangan, Mataram City, has not been optimally applied to the five principles of Islamic business ethics. There are still traders who do not apply the principle of responsiveness (responsibility) and the principle of benevolence (ihsan). Although the five principles of Islamic business ethics have not been fully implemented, there are still traders who apply some of the five principles of Islamic business ethics. This is proven that there are still traders who are kind and friendly when explaining the condition of their merchandise and giving freedom to buyers to bid on their merchandise. However, it is necessary to maximize the application of Islamic business ethics so that no party feels disadvantaged in transactions.*

Abstrak: Tingginya jumlah permintaan pasar terhadap kebutuhan membuat usaha semakin meningkat, tetapi banyak dari mereka tidak sepenuhnya paham tentang etika bisnis Islam dalam Transaksi jual beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis terkait Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pedagang di Pasar Pagesangan Mataram. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deksriptif. Teknik yang Digunakan dalam pengumpulan data penelitian yaitu menggunakan observasi, wawancara, dan Dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam Transaksi jual beli pada pedagang di Pasar Pagesangan Mataram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pedagang di pasar tradisional Pagesangan belum sepenuhnya paham mengenai etika bisnis Islam. Sehingga penerapan etika bisnis Islam pada pedagang dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Pagesangan Kota Mataram belum diterapkan dengan optimal kelima prinsip etika bisnis Islam. Masih ada pedagang yang tidak menerapkan prinsip *responsibility* (tanggungjawab) dan prinsip *benovelence* (ihsan). Walaupun kelima prinsip etika bisnis Islam belum terlaksana semua tetapi, masih ada pedagang yang menerapkan beberapa diantara kelima prinsip etika bisnis Islam. Hal ini terbukti masih ada pedagang yang bersikap baik dan ramah ketika menjelaskan bagaimana kondisi barang dagangannya serta memberikan kebebasan kepada pembeli untuk menawar barang dagangannya. Namun perlunya memaksimalkan penerapan etika bisnis Islam agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan dalam bertransaksi.



<https://doi.org/10.31764/jseit.v5i1>



This is an open access article under the **CC-BY-SA** license

A. LATAR BELAKANG

Dalam era kemajuan zaman yang semakin modern, perhatian terhadap nilai-nilai etika dalam perilaku manusia semakin menurun, terutama terlihat dalam kalangan anak-anak, di mana semakin banyak yang kurang mengenal atau peduli terhadap akhlakul karimah. Kondisi ini juga dipengaruhi oleh kurangnya perhatian orang tua dalam memberikan pendidikan akhlak kepada anak-anak mereka, karena sering kali fokus hanya pada urusan dunia semata demi mencapai kesuksesan material (Nilava dan Fauzi, 2020). Dalam pasar tradisional Pagesangan Kota Mataram, fenomena ini juga menjadi perhatian tersendiri, di mana transaksi jual beli yang seharusnya dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika bisnis Islam seringkali diabaikan. Prioritas terhadap urusan dunia yang mengungguli kepentingan akhirat mengakibatkan kehidupan spiritual hanya dianggap sebagai formalitas belaka (Chaundry, 2016).

Dalam kehidupan masyarakat modern, terutama dalam praktik bisnis, prinsip-prinsip akhlak dan moralitas memiliki peran yang sangat penting. Hubungan yang erat antara akhlak dan perekonomian menggambarkan bahwa kesejahteraan ekonomi suatu negara tidak dapat dipisahkan dari tingkat moralitas dan akhlak masyarakatnya. Akhlak yang baik sangat mempengaruhi terbentuknya hubungan ekonomi yang harmonis, yang tercermin dalam berbagai bentuk kerjasama ekonomi, termasuk dalam transaksi jual beli di pasar tradisional (Hotijeh & Rohman, 2023). Rasulullah SAW tidak hanya diutus untuk menyebarkan ajaran moral, tetapi juga untuk menyempurnakan tata cara berperilaku yang mulia, baik dalam tutur kata maupun dalam perilaku sehari-hari sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Kegiatan bisnis bukan hanya sekadar mencari keuntungan materi tetapi, juga merupakan bagian integral dari kehidupan sosial masyarakat (Sahnun, 2023).

Kesadaran pelaku bisnis pada transaksi jual beli perlu ditumbuhkan guna Menghindari perbuatan yang tidak diinginkan dan berujung mengakibatkan kerugian Bagi orang lain karena ulah mereka yang menginginkan keuntungan berlimpah (Alfianto & Fikriyah, 2021). Sudah seharusnya praktik transaksi jual beli mengikuti dan Menerapkan kaidah ajaran islam karena bisa memberikan kemudahan dalam Menjalankan kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu di dalam menjalankan kegiatan Ekonomi ajaran agama islam menekankan adanya batasan yang diperbolehkan dan tidak Diperbolehkan, agar pelaku bisnis terhindar dari adanya kecurangan dengan tujuan Untuk mendapatkan keuntungan semata (Prameswary & Suryaningsih, 2020). Ajaran Ini dikelompokkan kedalam suatu bentuk aturan, nilai, dan etika yang ditujukan kepada Manusia untuk melaksanakan dan mengimplementasikan sesuai dengan kaidah syariah. Sebuah arahan ini memberikan aturan tersendiri bagi manusia dalam jual beli karena kebermanfaatannya yang dirasakan bisa dirasakan satu sama lain.

Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli di pasar tradisional menjadi sangat relevan, karena prinsip-prinsip etika tersebut dapat membimbing perilaku pedagang dan pembeli untuk bertransaksi dengan penuh kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab, sesuai dengan ajaran Islam yang mengatur segala aspek kehidupan, termasuk dalam urusan bisnis. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam sangatlah penting dalam menjaga keberlangsungan pasar tradisional dan memastikan bahwa transaksi jual beli yang dilakukan sesuai dengan nilai-nilai moral dan keagamaan.

Kejujuran dan keadilan merupakan nilai-nilai etika yang berasal dari ajaran agama, yang harus dipegang teguh dalam konsep ekonomi dan perdagangan Islam. Kejujuran menjadi landasan utama dalam berdagang. Meningkatnya kasus penipuan, pengurangan timbangan, atau ketidaktransparanan harga menyebabkan kerugian bagi konsumen (Jumardi, 2021). Prinsip-prinsip kejujuran dan keadilan telah diperagakan oleh Nabi Muhammad SAW, yang menjadi panduan dalam mekanisme pasar perdagangan. Dalam transaksi perdagangan, kedua belah pihak harus bertindak dengan ikhlas, tanpa campur tangan pihak lain dalam menentukan harga. Sebagai pemimpin di masa pemerintahan di Madinah, Rasulullah SAW menolak untuk ikut campur dalam penentuan harga barang (Abubakar & Basri, 2023).

Posisi akhlakul karimah dalam ekonomi syariah adalah sebagai fondasi nilai, panduan praktik, dan tujuan yang harus dicapai. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya akhlak dalam menentukan karakteristik ekonomi yang sesuai dengan prinsip syariah. Ketika perilaku ekonomi berlandaskan pada akhlakul karimah, maka itu merupakan ekonomi syariah yang sesungguhnya. Meskipun penerapan etika bisnis di masyarakat diharapkan oleh semua orang, namun banyak yang tidak sepenuhnya melaksanakannya. Ada yang cenderung melanggar perjanjian, melakukan manipulasi, atau bahkan tidak memahami etika bisnis sama sekali. Dampaknya terlihat dalam perilaku menyimpang dari ajaran agama, penurunan etika dalam berbisnis, berkurangnya solidaritas, tanggung jawab sosial, serta tingkat kejujuran yang rendah (Reza, 2023).

Nabi Muhammad SAW telah mengharamkan praktik jual beli yang mengandung ketidakjelasan, yang pada akhirnya dapat menyebabkan seseorang memperoleh harta orang lain dengan cara yang tidak benar. Selain itu, praktik tersebut juga dapat mengakibatkan penipuan dan menimbulkan dengki, konflik, serta pertengkaran di antara kaum Muslimin. Salah satu bentuk jual beli yang dilarang oleh Nabi Muhammad SAW adalah jual beli gharar, di mana seorang Muslim dilarang untuk menjual sesuatu yang mengandung ketidakjelasan (gharar) (Basyariah, 2022). Sebagaimana hadits Rasulullah SAW:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخِصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: “Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang jual beli al-hashah dan jual beli gharar” (H.R. Hurairah).

Ba'i al-gharar merujuk pada setiap transaksi jual beli yang membawa resiko atau bahaya kepada salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut, yang kemudian dapat menyebabkan kerugian finansial. Resiko ini timbul karena adanya ketidakpastian tentang apakah barang yang diperdagangkan itu dalam kondisi baik atau tidak (mungkin mengalami cacat). Contohnya adalah ketika seseorang membeli barang yang kualitas dan kuantitasnya belum dapat dipastikan dengan jelas. Secara konseptual, akad merupakan pertemuan antara ijab dan qabul yang menghasilkan konsekuensi hukum tertentu.

Pasar merupakan tempat di mana terjadi pertemuan antara penawaran (dari penjual) dan permintaan (dari pembeli) untuk berbagai jenis barang, jasa, atau sumber daya. Pembeli bisa terdiri dari konsumen yang memerlukan barang atau jasa, sementara bagi industri, mereka membutuhkan tenaga kerja, modal, dan bahan baku untuk produksi. Penjual termasuk industri yang menawarkan produk atau jasa kepada pembeli, pekerja yang menjual keahliannya, pemilik lahan yang menyewakan atau menjual asetnya, dan pemilik modal yang menawarkan pembagian keuntungan dari bisnis tertentu. Secara umum, semua individu atau industri berperan ganda sebagai pembeli dan penjual (Qohar,2022).

Salah satu permasalahan yang muncul di tengah-tengah masyarakat adalah perilaku kurang jujur dari para pedagang saat bertransaksi jual beli, yang diamati oleh peneliti. Terdapat juga sikap kurang ramah dari beberapa pedagang, yang bersikap cuek dan enggan melayani pembeli yang hendak memilih barang. Terkadang, pedagang juga melakukan pengurangan takaran atau timbangan, pengoplosan barang bagus dengan barang yang buruk dan masih banyak penyimpangan lain yang terjadi di Pasar ini. Adanya isu tersebut menjadi dorongan bagi penulis untuk mengangkatnya, yang kemudian menimbulkan pertanyaan mengenai mengapa masih ada pedagang yang menunjukkan perilaku tersebut. Apakah faktor-faktor tersebut terjadi karena kurangnya pemahaman penjual dalam melakukan transaksi di pasar, atautkah disebabkan oleh kelalaian atau bahkan kesengajaan. Padahal, transaksi jual beli yang sah seharusnya didasari oleh kesepakatan antara penjual dan pembeli, dilarang menggunakan unsur paksaan dari pihak manapun, dan pada akhirnya dapat menyebabkan ketidakpuasan di salah satu pihak. Pembahasan mengenai hal ini sangat menarik untuk diselidiki lebih lanjut, terutama dalam pasar tradisional Pagesangan Kota Mataram.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, dengan pendekatan Kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan dalam bentuk kata dan bahasa terkait Penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli pedagang di Pasar Tradisional Pagesangan Mataram. Pengumpulan data diperoleh dari

wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan berasal dari data primer dimana perolehannya langsung didapatkan di lapangan yaitu dengan wawancara mendalam kepada narasumber terpilih disertai observasi. Pemilihan narasumber yang digunakan dalam penelitian ini yaitu orang-orang yang berhubungan dan berkaitan secara langsung dalam transaksi jual beli hal ini yaitu pedagang yang berada di Pasar Pagesangan Mataram.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemahaman Pedagang Mengenai Etika Bisnis Islam

Islam telah mengatur seluruh dimensi kehidupan manusia termasuk dimensi ekonomi yang didalamnya mencakup bisnis atau perniagaan. Islam membekali bisnis dengan etika yang telah diperintahkan dalam Al-Qur'an dan hadits. Kekayaan diperoleh sebagian besar melalui perdagangan. Perdagangan sering dianggap lebih menguntungkan daripada pekerjaan di bidang pertanian atau bidang lainnya. Seperti yang kita ketahui melalui perdagangan, individu dan bangsa telah mencapai kemakmuran dan keberuntungan sepanjang Sejarah. Pasar tradisional Pagesangan merupakan pasar yang beroperasi dengan prinsip jual beli pada umumnya. Barang-barang yang dijual dipasar Tradisional Pagesangan adalah barang atau produk yang halal dikonsumsi. Namun, untuk menerapkan etika bisnis Islam perlunya pemahaman yang baik agar etika bisnis Islam bisa diterapkan dengan maksimal. Tidak hanya sebatas mempraktikkan etika bisnis Islam tetapi juga harus paham apa nilai-nilai atau prinsip-prinsip yang terkandung dalam etika bisnis Islam. Berdasarkan pengamatan oleh peneliti di Pasar Pagesangan Mataram para pedagang dalam menjalankan aktivitas bisnisnya sebagian sudah mengikuti aturan-aturan etika bisnis dalam Islam, tetapi tidak semua pedagang paham yang dimaksud dengan etika bisnis Islam baik secara teori maupun konseptual.

Berikut hasil wawancara dari beberapa informan di pasar Pagesangan Mataram satu diantaranya yaitu Ibu Rohani selaku pedagang sayuran yang mengatakan bahwa: *Saya kurang tahu apa itu etika bisnis Islam, yang saya ketahui kita harus berbisnis dengan baik dan jujur, agar kita para pedagang maupun pembeli tidak ada yang dirugikan dalam bertransaksi jual beli*". Selanjutnya hasil wawancara oleh bapak Darman selaku pedagang daging yang mengatakan bahwa: *"Menurut saya etika bisnis Islam itu aturan yang boleh atau tidak boleh dilakukan. Kalau saya pribadi insyaallah sedikit-sedikit paham tentang prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Misalnya, ketika saya melayani harus bersikap ramah, tidak memaksa untuk membeli dagangan saya. Dan Saya juga tidak melupakan kewajiban untuk beribadah kepada Allah SWT disaat saya menjalankan usaha saya"*. Lain halnya dengan Bapak Ahcmad sebagai pedagang ayam yang mengatakan bahwa: *"Iya saya tahu, etika bisnis Islam yaitu berbisnis sesuai dengan syariat Islam, seperti berdagang menggunakan cara-cara yang*

ditetapkan dalam Islam dan harus menyeimbangkan antara keuntungan dunia dan keuntungan akhirat”

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa masih ada pedagang yang mengetahui etika bisnis Islam tetapi tidak sepenuhnya paham dengan nilai-nilai atau prinsip-prinsip yang terkandung didalamnya. Dapat disimpulkan bahwa pemahaman etika bisnis Islam para pedagang di pasar tradisional Pagesangan Mataram belum sepenuhnya paham atau mengetahui apa itu etika bisnis Islam, mereka hanya berdagang dengan cara yang umum yaitu bersikap baik, ramah, dan jujur ke pembeli serta berusaha berdagang dengan tidak menimbulkan dosa. Dan para pedagang juga tidak pernah meninggalkan kewajiban untuk beribadah kepada Allah SWT.

2. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang di Pasar Pagesangan

Persaingan dunia usaha saat ini semakin marak, dalam hal ini pedagang dituntut Untuk selalu melakukan inovasi dalam produk dan pemasaran sehingga akan bisa Mempertahankan pelanggan serta meningkatkan omset penjualan. Fasilitas juga tersedia Bagi pedagang di Pasar Pagesangan Mataram untuk berjualan dan bisa menarik pembeli. Untuk dapat mengoptimalkan fasilitas tersebut maka dibutuhkan kemampuan dan Pengamalan pedagang terkait prinsip-prinsip etika bisnis islam (Aprianto,2020). Dalam Islam, etika berbisnis secara baik dan adil sangat dijunjung tinggi. Hal ini melibatkan penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam secara konsisten dan konsekuen, dengan menjunjung tinggi hukum keadilan. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam itu sendiri yaitu *unity* (tauhid), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggungjawab) dan *benovelence* (Kebenaran). Maka berdasarkan prinsip-prinsip tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. *Unity* (Tauhid)

Prinsip *unity* (kesatuan) adalah pondasi utama yang dilakukan oleh seseorang dalam menjalankan kehidupannya. Dalam hal ini konsep tauhid menggabungkan seluruh aspek Kehidupan baik di bidang politik, sosial, ekonomi menjadi satu kesatuan yang utuh atau Homogen. Penerapan prinsip kesatuan berdasarkan hasil pengumpulan data Melalui observasi bahwa pedagang di Pasar Pagesangan Mataram percaya kepada Allah SWT yang telah mengatur dan memberikan rezeki kepada hamba-Nya dengan diiringi Usaha serta giat dalam berdagang dan tidak pernah meninggalkan shalat lima waktu, Serta tidak pernah melakukan penimbunan barang dengan maksud atau tujuan tertentu. Seperti halnya yang telah diungkapkan oleh Ibu Nur selaku pedagang di Pagesangan Mataram yang mengatakan bahwa: “Percaya, cuman tetap ada seperti apa ya ikhtiar manusia tetap harus berusaha. Karena Allah SWT tidak akan merubah nasib suatu hamba jika hamba itu tidak Berusaha.”

Meskipun aktivitas jual beli di Pasar Pagesangan cukup ramai, namun para pedagang Tidak lupa untuk menjalankan kewajiban shalat lima waktunya. “Jika sudah tiba waktu Dzuhur maka pasar ini akan tutup karena kita akan melaksanakan sholat karena kita percaya bahwa Allah lah yang mengatur rezeki kita”. Tingkat religiusitas seseorang menjadi perisai dalam mempengaruhi perilaku dalam Berbisnis, maka semakin tinggi tingkat pengamalan ibadah seseorang maka kualitas Etika seseorang dalam menjalankan bisnis akan semakin tinggi pula (Lubis,2018). Hal ini sejalan dengan penerapan etika bisnis islam dalam prinsip kesatuan yang Diimplementasikan pedagang di Pasar Pagesangan dilakukan dengan baik yang Diwujudkan selalu menjalankan kewajiban shalat dan meninggalkan aktivitas Berdagang, percaya kepada Allah SWT yan telah mengatur dan memberikan rezeki Kepada hamba-Nya.

b. Prinsip *Equilibrium* (Keseimbangan)

Prinsip keadilan menuntut untuk semua orang terutama pelaku bisnis agar Berperilaku secara adil dalam bertanggung jawab, tidak membedakan satu dengan yang Lainnya sehingga seseorang tidak akan merasa pernah dirugikan (Huda dkk., 2017). Dalam berdagang, kecurangan harus dihindari seperti menyembunyikan kekurangan produk dan tidak konsisten dalam menetapkan harga kepada pembeli yang berbeda. Islam sudah melarang hal tersebut agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Adapun hasil wawancara dengan Bapak Hamid sebagai pedagang sembako mengatakan: *“Iya diperlihatkan, saya menata barang dagangan saya agar penjual bisa melihat sendiri bagaimana kondisinya, kalau kita tidak memperlihatkan kondisi dagangan kita pembeli pasti tidak akan mau membeli. Namanya juga kita menjual dipasar pasti kita memperlihatkan barangan dagangan ke calon pembeli, jadi pembeli tinggal memilih barang apa yang mau dibeli”*. Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Rafinah selaku pedagang buah: *Jika ada calon pembeli yang protes dengan kualitas buah yang saya jual seperti kondisi buahnya yang tidak segar, maka saya akan menjelaskan ke pembeli tentang kekurangan dan kelebihan barang dagangan saya bahwa barang yang kualitasnya tidak baik maka harganya juga murah dan begitupun sebaliknya jika kualitasnya bagus maka harganya lebih tinggi”*. Pada prinsip *equilibrium* (keseimbangan), sudah diterapkan oleh pedagang di pasar tradisional Pagesangan Mataram dalam bertansaksi jual beli, yang mana pedagang sudah menjelaskan kualitas barang dagangannya kepada calon pembeli yang ingin membeli barang dagangannya.

c. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Prinsip kehendak bebas adalah kemampuan wajib yang harus dimiliki oleh pelaku Bisnis Islam dalam memberikan kebebasan untuk mengembangkan dan mendorong potensi yang dimiliki agar menghasilkan suatu kinerja

yang bagus dan tidak merugikan Orang lain (Maharti dan Fahrullah, 2021). Prinsip kehendak bebas yang diterapkan dan Dilakukan oleh pedagang di Pasar Pagesangan Mataram yaitu melakukan persaingan secara sehat antar pedagang dengan tidak memberikan harga dibawah Standart kemudian setiap pedagang mempunyai cara tersendiri untuk Meningkatkan penjualan mereka. Praktik dari prinsip kehendak bebas sudah diterapkan pada transaksi jual beli di pasar tradisional Pagesangan Mataram para pedagang memberikan kebebasan kepada pembeli untuk menawarkan barang dagangannya dan para pembeli bebas dalam bertransaksi dengan siapa saja tanpa ada paksaan. Hal ini didukung dari hasil wawancara dengan Ibu Baya selaku penjual ikan yang mengatakan bahwa: *“Saya tidak masalah jika ada pembeli menawar dengan harga rendah dari harga yang saya berikan, namanya jual beli pasti terjadi tawar menawar. Saya juga tidak bisa memaksa pembeli untuk membeli barang dagangan saya dengan harga yang saya berikan, keputusannya tetap saya kembalikan ke pembeli mau dibeli atau tidak”*. Begitu pun hasil wawancara dengan ibu Hasmida selaku pedagang daging yang mengatakan bahwa: *“Saya membebaskan pembeli membeli barang di mana yang terpenting kita harus jujur mengenai harga kualitas barang dagangan kita. Terkadang saya agak kesal jika pembeli yang sudah menawar tidak jadi beli padahal sudah dikasi harga yang cukup untuk pembeli”*.

d. *Responsibility* (Tanggung jawab)


Menurut (Maharti dan Fahrullah, 2021) prinsip tanggung jawab yaitu bersedia Menerima konsekuensi atas seluruh kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam Kegiatan usaha, seperti transaksi jual beli. Bisnis syariah sangat menekankan tanggung jawab. Tujuannya adalah agar bisnis dikelola dengan baik dan dimanfaatkan secara maksimal, memungkinkan penjual untuk lebih berkonsentrasi pada peningkatan layanan dan produktivitas pembeli. Pelaku usaha berkewajiban untuk menjamin kesesuaian dan kewajaran pembeli dalam hubungan timbal balik sebagai bagian dari tanggung jawab ini. Dalam urusan bisnis, pembeli dapat memiliki kepercayaan penuh pada penjual karena tanggung jawab ini. Adapun Hasil wawancara dengan Ibu Marniah selaku pedagang sayuran: *“Sayuran yang saya jual ini semuanya memiliki kualitas yang bagus, adapun sayuran yang tidak laku dan sudah tidak segar maka dibawa pulang dan biasanya juga diberikan kepada teman untuk pakan ternaknya. Sayuran yang mulai busuk tidak dijual lagi kasihan nanti pembeli kalau mendapatkan sayuran yang busuk. Pastinya juga pembeli tidak akan datang belanja disini lagi karena merasa ditipu”*.

Selanjutnya Hasil wawancara dengan Ibu Baya selaku pedagang ikan di pasar tradisional Pagesangan Mataram yang mengatakan bahwa: *“Ada*

banyak kondisi ikan, ada yang segar, sedang, dan ada yang sudah tidak segar tetapi semuanya masih bisa dikonsumsi. Saya tinggal menyerahkan ke pembeli ikan yang mana mereka pilih tentunya ada kualitas ada harga". Tanggung jawab adalah salah satu sifat, setiap perbuatan harus mempunyai tanggungjawab terutama pelaku bisnis, dalam hal ini para pedagang di pasar tradisional Pagesangan Mataram sudah menerapkan prinsip tanggung jawab walaupun tidak semua karena masih ada pedagang yang tidak bertanggung jawab seperti tidak transparan menjelaskan kualitas barang dagangannya. Hal ini terbukti dari hasil wawancara Ibu Artini sebagai pembeli yang pernah mendapatkan telur yang sudah busuk ketika berbelanja dipasar tradisional Pagesangan Mataram: *"Saya pernah beli telur dipasar tampilannya masih bagus dan layak dikonsumsi tetapi, setelah saya ingin masak dirumah ternyata telurnya sudah busuk, saya merasa kecewa karena telah dirugikan"*

e. *Benovelence* (Kebenaran)

Konteks bisnis kebenaran dimaksudkan yaitu sebagai niat dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya untuk menetapkan keuntungan. Prinsip ini juga mengajarkan seseorang dalam menjalankan aktivitas dagangannya untuk dapat memberikan manfaat kepada orang lain yang salah satunya dengan memiliki prinsip kejujuran, kebajikan yang dilakukan dengan kemurahan hati kepada orang lain, jujur dalam berdagang, tidak berbuat kecurangan dan memberikan tenggang waktu kepada pembeli. Kejujuran dalam berdagang sangat ditekankan dalam Islam karena jika tidak bersikap jujur maka bisa merugikan salah satu pihak, selain itu manfaat sikap jujur yang dimiliki oleh pedagang akan menjadi integritas dimata pembeli karena sudah terbangun kepercayaan. Hal ini sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Isra ayat 35:


 وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: *"Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya". (Q.S Al- Isra : 35).*

Kandungan ayat diatas mengungkapkan larangan mengurangi atau menambah takaran dalam jual beli. Diharapkan pedagang menggunakan timbangan yang akurat dengan ukuran yang telah ditentukan. Dengan demikian orang akan dapat bertransaksi dengan nyaman dalam bermumalah. Penting bagi seorang hamba untuk bertindak jujur karena akan melindunginya dari pertanggungjawaban pada hari kiamat dan akan menguntungkan bisnisnya. Adapun Hasil wawancara dengan Ibu Baya

selaku pedagang Ikan mengatakan: *“Dalam berdagang pasti ada saja yang namanya kecurangan, kita tidak bisa menjamin selalu bersikap jujur karena sudah fakta bahwa kita menjual pasti mencari keuntungan dan pastinya tidak mau rugi. Sedangkan harga ikan tidak menentu ada sewaktu harga ikan naik di pelelangan ikan dan terkadang juga harga ikan turun”*. Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang bahwa penerapan etika bisnis Islam pada prinsip *benovelence* (kebenaran) belum diterapkan oleh pedagang di pasar tradisional Pagesangan Mataram. Hal ini didukung oleh pernyataan Ibu Rahima selaku pembeli yang mengatakan bahwa: *“Pedagang di pasar ada yang memperbolehkan berhutang dan ada pedagang yang tidak memperbolehkan berhutang. Ada juga pedagang ketika melayani dengan raut wajah yang tidak enak dilihat, bisa dikatakan tidak ramah dalam melayani pembeli”*. Selanjutnya hal serupa juga dikatakan oleh Ibu Artini sebagai pembeli: *“Saya pernah membeli ikan seperempat pada pedagang ikan yang mana takarannya tidak pakai menimbang hanya langsung mengambil pakai tangan. Kata penjualnya seperempat akan tetapi setelah saya membeli dan mencoba menimbang ternyata tidak sampai seperempat”*.

Penerapan prinsip kebenaran belum sepenuhnya diterapkan oleh pedagang dalam hal kejujuran. Penerapan prinsip kejujuran adalah hal terpenting yang harus dimiliki dan dilakukan oleh seorang pedagang. Keterbukaan terkait kualitas barang yang dijual harus di utarakan sehingga tidak berakibat merugikan orang lain. Muthmainnah dan Nursyamsu (2017) menjelaskan bahwa kejujuran merupakan suatu niat, sikap, dan perilaku seseorang dalam melaksanakan kegiatan transaksi jual beli yang dilandasi oleh kebenaran dan jauh dari kesan salah. Seharusnya kualitas barang dagangan yang hendak dibeli harus diutarakan kepada pembeli, karena kualitas barang merupakan tingkat baik buruknya suatu produk tersebut. Menguatarakan atau menjelaskan kelebihan, kekurangan, dan kualitas sebuah produk barang adalah hal penting yang harus dilakukan oleh setiap pedagang, jika ingin menghasilkan barang yang dapat bersaing di Pasar untuk memberikan kepuasan akan hasrat pembeli.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwasanya Pemahaman etika bisnis Islam pada pedagang dalam transaksi jual beli di pasar tradisional Pagesangan Mataram, belum sepenuhnya paham atau mengetahui terkait etika bisnis Islam dan prinsip-prinsip yang terkandung didalamnya mereka hanya berdagang dengan cara yang umum yaitu berusaha bersikap baik dan ramah ke pembeli serta berusaha berdagang dengan tidak menimbulkan dosa. Kemudian adapun penerapan etika bisnis Islam pada pasar Pagesangan Mataram dalam melakukan

transaksi jual beli belum sepenuhnya memenuhi kelima prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Masih ada pedagang yang tidak menerapkan prinsip *responsibility* (tanggungjawab), seperti yang dialami pembeli yang mengaku membeli telur pada pedagang sembako yang sudah busuk. Selanjutnya prinsip *benovelenece* (kebenaran) juga belum sepenuhnya diterapkan oleh pedagang ikan di pasar tradisional Pagesangan Mataram, yang dibuktikan dari pengakuan pembeli yang mendapatkan pedagang ikan yang memodifikasi atau memanipulasi takarannya sehingga jumlah ikan tidak sesuai dengan takaran yang seharusnya. Untuk mengembangkan suatu bisnis, sangat diperlukan untuk menjaga etika dalam berbisnis. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, bisnis kita akan semakin berkembang. Para pedagang di Pasar Pagesangan Mataram perlu meningkatkan penerapan prinsip tanggung jawab dan prinsip kebenaran agar para konsumen merasa nyaman saat bertransaksi dengan pedagang.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penulisan artikel penelitian ini.

REFERENSI

- Abubakar, A., & Basri, H. (2023). Prinsip Kejujuran dalam Jual Beli Menurut Pespektif Al-Qur'an. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(6).
- Alfianto, Titis, and Khusnul Fikriyah. 2021. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Travel Umrah (Studi Pada PT Ebad Alrahman Wisata Sidoarjo)." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4 (1).<https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p65-77>
- Aprianto, I., Andriyansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Deepublish.
- Basyariah, N. (2022). Larangan jual beli gharar: Kajian Hadist Ekonomi Tematis Bisnis Di Era Digital. *Mukaddimah: Jurnal Studi Islam*, 7(1).
- Chaudry, M. S. (2016). *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hotijeh, H., & Rohman, A. (2023). Analisis Manajemen Koperasi Pondok Pesantren Nazhatut Thullab Berbasis Ekoproteksi Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(1).
- Ihna Nilava, Ahmad Fauzi. 2020. "Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri." *At-Tamwil* 2 (2): 139–52.
- Jumardi, J., Rizkiani, R., & Abidin, Z. (2021). Etika Bisnis Islam: Urgensi Implementasi Manajemen Bisnis Islam Pasca Puncak Pandemi Pada UMKM di Kabupaten Sinjai. *Prosiding UMY Grace*, 2(1).
- Lubis, Akrim Ashal. 2018. "Analisis Aspek Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Pedagang Pasar Muslim Pusat Pasar Kota Medan." *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosial* 7 (1). <https://doi.org/10.22373/dusturiyah.v7i1.2339>.
- Maharti, Resti Kartika, and Arasy Fahrullah. 2021. "Penerapan Etika Bisnis Syariah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Yayasan Aqiqoh Nurul Hayat

- Surabaya.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4 (1): 207–18.
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p207-218>.
- Muthmainnah MD, Nursyamsu. 2017. “Landasan Hukum Islam Etika Bisnis Syariah Dan Faktor Pengembangannya.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5: 54–78.
- Nurul Huda, Khamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrussa’diyah, Dea Mazaya, Dian Sugiarti. 2017. *Pemasaran Syariah: Teori Dan Aplikasi*. 1st ed. Depok: Kencana.
<https://books.google.co.id/books?id=3hVNDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Prameswary, Titan Nia, Sri Abidah Suryaningsih. 2020. “Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam di Lazizaa Chicken & Pizza Kedungturi Sidoarjo”. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3: 54–66.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/9862/4797>.
- Qohar, A., Wakhid, A. A., & Faizal, L. (2022). Model Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Daya Saing Terhadap Pasar Modern. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 18(2).
- Reza, V. (2023). Transformasi Ekonomi Syariah Di Era Ekonomi Global. *IndraTech*, 4(1).
- Sahnan, M., Ismail, N., & Al-Ayyubi, S. (2023). Analisis Prinsip Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Online Shop. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2).